

ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2023 – 2026

OFICINA DE COMUNICACIONES DE
LA AGENCIA DE RENOVACIÓN
DEL TERRITORIO (ART)

Raúl Delgado Guerrero
Director General

Aaron David Josaphat Corredor Russi
Jefe Oficina de Comunicaciones

Equipo De Comunicaciones
Agencia de Renovación del Territorio

CONTROL DE VERSIONES

Versión	Fecha	Cambios introducidos
01		Versión inicial del documento

CONTENIDO

Introducción	5
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
Comunicación externa	7
Audiencias estratégicas	8
Visibilización del rol protagónico de las comunidades y su participación incidente en el cumplimiento de las iniciativas PDET	8
Fortalecer la red de comunicación de la ART con medios	10
Posicionar las acciones y gestión de la ART	12
Comunicación interna	16
Canales de la ART:	18
Lenguaje Claro	19
Seguimiento y evaluación	20

INTRODUCCIÓN

Territorios de Vida y Paz

La estrategia de comunicaciones de la Agencia de Renovación del Territorio (ART) se enmarca en el contexto del Plan Estratégico 2023-2026 “Territorios para la Vida y la Paz Total” orientado por la dirección general de la ART, el cual propone 4 líneas estratégicas:

- 1) Transformación Territorial para la vida, la paz total y el cierre de brechas.
- 2) Sustitución de ingresos y reconversión productiva gradual en territorios con presencia de cultivos de coca, amapola y/o marihuana.
- 3) Participación incidente y fortalecimiento comunitario.
- 4) Gestión del cambio institucional para la estabilidad y territorialización del talento humano de la ART.

La Oficina de Comunicaciones de la Agencia de Renovación del Territorio (ART) se encuentra ubicada en la Sede Central de la Agencia y está conformada por un equipo de trabajo a nivel nacional y un equipo de apoyo de 16 periodistas uno por cada subregión.

El equipo nacional está integrado por el jefe de la Oficina de Comunicaciones, tres realizadores audiovisuales, tres diseñadores gráficos, cinco periodistas, un administrador de redes sociales y un técnico administrativo.

OBJETIVO GENERAL:

Comunicar la gestión, hechos y resultados de la ART en la transformación de los territorios más afectados por el conflicto armado, la pobreza, la debilidad institucional y los cultivos de uso ilícito, a través de un plan estratégico de divulgación y pedagogía que permita evidenciar el cumplimiento de las iniciativas PDET con la participación incidente de las comunidades y los actores de la implementación de los PDET.

Objetivos Específicos:

- Visibilizar el rol protagónico de las **comunidades y su participación incidente** en el cumplimiento de las iniciativas PDET, mediante la difusión de información, el desarrollo de acciones pedagógicas y la generación de procesos de comunicación **desde y con las comunidades con enfoque pluriétnico y multicultural**.
- Fortalecer la red de comunicación de la ART en alianza y colaboración con medios comunitarios, locales, regionales, nacionales e internacionales, para destacar el valor estratégico de la ART en el **cumplimiento del Acuerdo de Paz y los avances en la implementación de los PDET**.
- Posicionar las acciones y gestión de la ART en **articulación con los aliados estratégicos** en la implementación de planes, programas y proyectos en los territorios priorizados.
- Promover el **sentido de pertenencia de funcionarios y colaboradores** de la Agencia de Renovación del Territorio, a través de la difusión de contenidos pedagógicos relacionados con los objetivos, funciones, logros y resultados de la gestión de la entidad en los municipios PDET.

MEDIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

- **Comunicación externa:**

La estrategia de comunicaciones se implementa con diferentes acciones y canales de acuerdo con las necesidades de la entidad a nivel local, regional, nacional o internacional.

Portal web: Es el principal medio de comunicación externo que brinda información sobre la gestión misional de la Entidad y en dónde los usuarios tienen acceso directo a los documentos publicados en el menú de Transparencia y Acceso a la Información.

X: Es el principal medio digital de la ART donde se visibiliza la gestión de la Dirección General, equipos subregionales en articulación con otras entidades del gobierno nacional, regional, local, cooperación internacional y sector privado.

En los territorios PDET, tienen mayor impacto los canales de Whatsapp y Facebook por las condiciones de conectividad y acceso a la información, por tal razón, se fortalecen con un plan de medios que prioriza estos canales de acuerdo con las campañas y gestión de la ART a nivel nacional y subregional. En el caso de You Tube e Instagram son canales que buscamos fortalecer con nuevos contenidos en articulación con medios locales, nacionales, influenciadores y entidades territoriales.

Prensa: notas o boletines de prensa que divulguen las diferentes acciones que se ejecutan en el territorio desde la articulación interinstitucional, ejecución de obras y proyectos y visibilización de liderazgos comunitarios. Para esta acción, se cuenta con una base de datos de medios locales, nacionales e internacionales.

Radio: Alianza con medios comunitarios y locales que tienen presencia en los municipios PDET que difundan acciones, campañas, eventos de la ART. En la radio se tienen en cuenta los comunitarios, emisoras de paz (RTVC), red de emisoras de la policía, el ejército y la armada y medios privados.

Televisión: Gestión con medios de televisión nacionales y locales para difundir la gestión de la ART y los equipos subregionales. Mayor uso del código cívico para la divulgación de mensajes institucionales con logros y acciones de la ART.

AUDIENCIAS ESTRATÉGICAS ART



www.renovacionterritoio.gov.co

De acuerdo a las audiencias estratégicas de la ART, se definieron 4 componentes con sus respectivos objetivos y acciones comunicativas:

Visibilizar el rol protagónico de las comunidades y **su participación incidente** en el cumplimiento de las iniciativas PDET, mediante la difusión de información, el desarrollo de acciones pedagógicas y la generación de procesos de comunicación **desde y con las comunidades con enfoque pluriétnico y multicultural**.

Objetivo	Actividades	Acciones
Dar a conocer a las comunidades campesinas y étnicas que integran los municipios PDET los avances en su implementación.	Realizar talleres de formación dirigidos a comunidades que fomenten la creación de contenidos enfocados a visibilizar sus acciones en el territorio. Voces Étnicas Líderes de Paz Mujeres Rurales PDET Saberes Ancestrales	<p>Formular y preparar talleres para las comunidades focalizadas en los municipios PDET.</p> <p>Crear campañas de difusión en alianza con medios comunitarios, locales y regionales.</p> <p>Producir contenidos y diseñar piezas (redacción de mensajes, diseño de piezas, revisión, aprobación, programación, publicación)</p> <p>Divulgación de información en canales internos (Link, Teams y periodistas corresponsales).</p>

Objetivo	Actividades	Acciones
Divulgar los proyectos que serán contratados y ejecutados por las organizaciones sociales bajo el principio de asociatividad	Estrategia de campaña #Comunidadescontratan donde demos a conocer las obras ejecutadas por las comunidades organizadas.	<p>Divulgar piezas de comunicación en los diferentes canales disponibles (batería de piezas para redes sociales, página web y diannet, videos, documentos pdf)</p> <p>Generar boletines de prensa (solicitud insumo, redacción, revisión, aprobación, publicación y envío)</p> <p>Realizar acciones de free press con medios locales, regionales y nacionales.</p> <p>Apoyar la realización de alianzas con entidades para facilitar la divulgación</p>

	Gestionar la presencia del director en la firma de los contratos con las comunidades	Realizar convocatoria de medios locales, regionales y nacionales para el cubrimiento del evento.
--	--	---

Objetivo	Actividades	Acciones
Generar espacios y encuentros de movilización liderados por las organizaciones sociales, campesinas y étnicas.	Campaña 170 calles de vida y paz	Formular y ejecutar un nuevo proyecto en articulación con el Ministerio de Cultura .
		Definir la estrategia de comunicaciones del proyecto. Producción de contenidos asociados a la campaña.
	1.3.2 La Móvil del Cambio	Realizar lanzamiento del proyecto. Diseñar, formular y dar viabilidad al proyecto La Móvil del Cambio.

Fortalecer la red de comunicación de la ART en alianza y colaboración con medios comunitarios, locales, regionales, nacionales e internacionales, para destacar el valor estratégico de la ART en el **cumplimiento del Acuerdo de Paz y los avances en la implementación de los PDET**.

Objetivo	Actividades	Acciones
2.1 Crear y fortalecer la red de reporteros de los municipios PDET.	2.1.1 Identificar los medios comunitarios, locales, regionales; influenciadores regionales y Fangpage con mayor impacto en el	Solicitar a Canal 13 (a través de Cto. Interadministrativo) la identificación de los medios con mayor audiencia en los territorios).
		Validar con los equipos subregionales de la ART el mapa de medios.

	territorio	<p>Producir y enviar piezas gráficas, productos audiovisuales y boletines de prensa.</p> <p>Gestionar Free Press con los medios que integrarán la RED.</p> <p>Validar plan de medios.</p>
--	------------	---

Objetivo	Actividades	Acciones
Crear y fortalecer la red de reporteros de los municipios PDET.	Crear banco de contenidos generado por la Red de Comunicación ART (Reporteros comunitarios, Comunicaciones MEC, Comunicaciones Mesas Comunitarias)	<p>Elaborar series y productos para ser distribuidos con medios comunitarios y comunidades de WhatsApp y Facebook.</p> <p>Gestionar un gran encuentro con la red de reporteros comunitarios e influenciadores PDET.</p> <p>Realizar taller de formación y actualización a la Red de Reporteros.</p>
	Producir transmisiones en red focalizadas en las campañas de la ART en el territorio.	Definir temáticas, invitados y periodicidad de las transmisiones cruzadas en Facebook.

Objetivo	Actividades	Acciones
Divulgar en medios internacionales los proyectos Integradores y Transformadores que lidera la ART.	Identificar medios internacionales y Oficinas de Prensa de Cooperación Internacional.	<p>Crear directorio de medios internacionales y de oficinas de comunicación de Cooperación.</p> <p>Hacer relacionamiento uno a uno con medios internacionales.</p> <p>Fomentar encuentros entre el Director de la ART y los medios internacionales.</p> <p>Gestionar Free Press con proyectos estratégicos de impacto internacional.</p>

Objetivo	Actividades	Acciones
Divulgar en medios internacionales los proyectos Integradores y Transformadores que lidera la ART.	Gestionar visitas estratégicas a territorios donde se lideren Proyectos Integradores y Transformadores o proyectos estratégicos para la ART.	<p>Producir y posproducir videos estratégicos para la ART.</p> <p>Identificar victorias tempranas de proyectos transformadores o estratégicos de impacto internacional.</p>

Posicionar las acciones y gestión de la ART en **articulación con los aliados estratégicos** en la implementación de planes, programas y proyectos en los territorios priorizados.

Objetivo	Actividades	Acciones
Divulgar la hoja de ruta de los proyectos que la ART lidera en los municipios PDET.	Difundir Información sobre las actividades que adelanta la ART en los municipios PDET.	<p>Diseñar plan de acción en la que se vincula la micro comunicación y el activismo como canales para que el mensaje llegue al territorio. Ej. Cartas de Paz...La ART en...</p> <p>Producir mailing: Redacción texto, revisión, aprobación, diseño.</p> <p>Producir cuñas segmentadas por subregión a través de los Fangpage más influyentes en los municipios PDET y los medios comunitarios, locales y regionales.</p> <p>Crear micrositio sobre la actualización de la hoja de ruta de los PATR.</p> <p>Producir videos tutoriales sobre actualización de iniciativas. (Solicitud insumos al área (imágenes, video en bruto, audio, información para guion, elaboración guion, revisión, edición, aprobación, publicación y promoción.</p>

Objetivo	Actividades	Acciones
Divulgar la hoja de ruta de los proyectos que la ART lidera en los municipios PDET.	Difundir Información sobre las actividades que adelanta la ART en los municipios PDET.	Construir batería de piezas asociadas a la campaña (redacción de mensajes, diseño de piezas, revisión, aprobación, programación y publicación).
		Gestionar Free Press en medios nacionales y regionales (boletín de prensa, rondas de medios y entrevistas en medios especializados) (Solicitud insumo, redacción, revisión, aprobación, publicación y envío).
		Producir Live con la temática de interés (programación, creación guion, revisión, promoción, pruebas técnicas, emisión, pietaje y edición, emisión en YouTube).

Objetivo	Actividades	Acciones
Posicionar en los municipios PDET la presencia de los equipos territoriales de la ART	Diseñar y producir campaña de posicionamiento de la ART en cada uno de los 170 municipios.	La ART en...Diseñar estrategias de relacionamiento y acciones con los diferentes actores en el territorio. Activación de desayunos, foros, inauguración de obras. (Equipos de periodistas regionales)
		Producir Facebook Live con temáticas de interés en las páginas más influyentes en los territorios PDET.
		Promocionar los productos audiovisuales diseñados por los equipos regionales a través de los canales WhatsApp y Facebook.
		Producir Reporteros PDET y Avanza PDET.
		Producir videos tutoriales (Solicitud insumos al área (imágenes, video en bruto, audio, información para guion, elaboración guion, revisión, edición, aprobación, publicación y promoción).



Objetivo	Actividades	Acciones
Posicionar en los municipios PDET la presencia de los equipos territoriales de la ART	Diseñar y producir campaña de posicionamiento de la ART en cada uno de los 170 municipios.	<p>Producir batería de piezas (redacción de mensajes, diseño de piezas, revisión, aprobación, programación y publicación).</p> <p>Gestionar Free Press en medios nacionales y regionales (Comunicado de prensa, rondas de medios y entrevistas en medios especializados) (Solicitud insumo, redacción, revisión, aprobación, publicación y envío)</p>

Objetivo	Actividades	Acciones
Posicionar en los municipios PDET la presencia de los equipos territoriales de la ART	Plan de acción, articulación y divulgación con los diferentes actores que inciden en el territorio (comunidad, autoridades locales, academia, sector privado, cooperación).	<p>Actividades de relacionamiento con los diferentes actores (comunidad, autoridades, academia, sector privado, cooperación) - Gestionar activaciones a través de desayunos, foros, festivales, encuentros.</p> <p>#HablemosdelosPDET: promover conversaciones permanentes sobre las acciones que adelanta la ART en las subregiones.</p> <p>#ObrasdelCambio: Instalar vallas en Obras que se estén ejecutando y sean estratégicas en las acciones de la ART.</p>

Objetivo	Actividades	Acciones
Posicionar en los municipios PDET la presencia de los equipos territoriales de la ART	Plan de acción, articulación y divulgación con los diferentes actores que inciden en el territorio (comunidad, autoridades locales, academia, sector privado, cooperación).	<p>Crear batería de piezas (redacción de mensajes, diseño de piezas, revisión, aprobación, programación y publicación)</p> <p>Gestionar Free Press en medios nacionales y regionales (Comunicado de prensa, rondas de medios y entrevistas en medios especializados) (Solicitud insumo, redacción, revisión, aprobación, publicación y envío).</p> <p>Fortalecer los canales de Whatsapp y Facebook como canal de difusión de las obras que se están ejecutando en los 170 municipios PDET.</p>

- **Comunicación interna:**

Los canales internos con los cuales cuenta la entidad son: intranet, correo masivo, fondos de pantalla, mensajería instantánea y comunidades de WhatsApp.

Cada uno de los canales se usa para visibilizar las acciones en territorio que desarrolla la ART y las respectivas direcciones de la entidad: Dirección General, Dirección de Estructuración y Ejecución de Proyectos (DEEP), Dirección de Información y Prospectiva (DIPRO), Dirección de Programación y Gestión para la Implementación (DPGI).

La comunicación interna de la entidad estará articulada con los requerimientos y necesidades de la Secretaría General y demás dependencias para divulgar las acciones de la Agencia relacionadas al bienestar social y gestión del talento humano.

¿Qué se va a realizar a través de los correos electrónicos?: Elaboración de piezas gráficas, producción de contenidos, redacción de mensajes, diseño de piezas, revisión, aprobación, programación y publicación.

Envío a los correos de boletines "ClicART y Somos Renovación". Se realizan piezas gráficas de acuerdo con las solicitudes que llegan a través de los correos de las diferentes dependencias. GIT Talento Humano, GIT Control Interno, GIT Administrativa, Oficina de Planeación, GIT de Contratación, Oficina de Jurídica, etc.

¿Qué se va a realizar a través de los Fondos de Pantalla?: articulación con las dependencias sobre el mensaje que se quiere divulgar y utilizar la herramienta para visibilizar dicho mensaje. Comunicar la gestión, hechos y resultados de la ART en la transformación de los territorios a través de un plan estratégico de divulgación y pedagogía que permita evidenciar el cumplimiento de las iniciativas PDET con la participación de todos los actores de la ART.

Se establecerá un fondo de pantalla de acuerdo con los requerimientos de manera semanal sujeto a cambios, según las temáticas o solicitudes en curso o campañas que se vayan a realizar.

Campañas: PIGART – BIENESTAR - RIESGO PUBLICO SOCIAL - LENGUAJE CLARO - TERRITORIOS DE VIDA

¿Qué se va a realizar a través de la intranet?: Se publica contenido de interés en las diferentes secciones de la intranet como desarrollo de productos, piezas y campañas pedagógicas relacionadas con los PDET al interior de la entidad y actualizando el contenido de las gestiones y acciones que realiza cada una de las subregiones PDET.

Objetivo	Actividades	Acciones
Apropiación y conocimiento de la implementación de los PDET y su impacto positivo en los territorios por parte de los colaboradores de la ART	Desarrollo de productos, piezas y campañas pedagógicas relacionadas con los PDET al interior de la entidad	<p>Diálogo permanente: Campaña recibimiento nuevos funcionarios: Carta de bienvenida, video emotivo, piezas correo electrónico, llamadas y SMS.</p> <p>Diálogo permanente: Boletín interno ClicART más conectados</p> <p>Diálogo permanente: El Altavoz</p> <p>Apoyo a dependencias: Somos Renovación y campañas específicas de cada área</p> <p>Gestión del cambio: Sumemos para avanzar - Somos una sola ART</p> <p>Con el territorio: Piezas relacionadas con lenguas indígenas, feria de productos PDET en nivel central y campañas relacionadas con las subregiones.</p>



CANALES DIGITALES DE LA ART

Actualmente la ART cuenta con canales en X (Twitter), facebook, instagram, youtube.



33 K

seguidores



8046

seguidores



2,57 K

seguidores



343

seguidores

LENGUAJE CLARO

La International Plain Language Association define que *“una comunicación está en lenguaje claro si la lengua, la estructura y el diseño son tan claros que el público al que está destinada puede encontrar fácilmente lo que necesita, comprende lo que encuentra y usa esa información”*.

La finalidad del lenguaje claro es ponerse en el lugar de los grupos de interés, que brindemos la información de acuerdo con sus intereses individuales y/o colectivos, que sea de fácil entendimiento para el ciudadano y que desde un comienzo tenga claridad en cómo solucionar sus inquietudes, gestionar sus trámites y satisfacer sus necesidades.

En la guía de Lenguaje Claro para servidores públicos elaborada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), se explica porqué es necesario el uso de lenguaje claro en las comunicaciones del Estado enumerando los siguientes beneficios:

- Reduce errores y aclaraciones innecesarias
- Reduce costos y cargas para el ciudadano
- Reduce costos administrativos y de operación para las entidades
- Aumenta la eficiencia en la gestión de las solicitudes de los ciudadanos
- Reduce el uso de intermediarios
- Fomenta un ejercicio efectivo de rendición de cuentas por parte del Estado
- Promueve la transparencia y acceso a la información pública
- Facilita el control ciudadano a la gestión pública y la participación ciudadana
- Fomenta la inclusión social para los grupos con discapacidad, para el goce efectivo de derechos en igualdad de condiciones.

La Oficina de Comunicaciones junto con el Grupo Interno de Trabajo Relación Estado Ciudadano de la ART, implementarán campañas relacionadas con el uso del lenguaje claro teniendo en cuenta los lineamientos de la guía mencionada para que la información interna y externa brindada a los grupos de interés sea clara y precisa de acuerdo con sus necesidades.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Oficina de Planeación trimestralmente realizará el seguimiento a la implementación de la estrategia de comunicaciones a través del seguimiento a las actividades programadas dentro del plan de acción de la dependencia.

La evaluación de cumplimiento de la estrategia la realizará el Grupo Interno de Trabajo de Control Interno con la periodicidad definida por este órgano de control institucional.