Sitmön Seïn

Plan de medios

Tema 1:
Reclutamiento armado de menores de edad.
“El duro no tiene futuro”



Defensoría del Pueblo
COLOMBIA

PLAN DE MEDIOS

Campaña: "El duro no tiene futuro"
Tema: Reclutamiento armado de menores de edad
Vigencia: Hasta el 16 de diciembre de 2025
Presupuesto total: $ 400.940.981 .

1. ANTECEDENTES Y CONTEXTO:

El reclutamiento, utilización y vinculación de niñas, niños y adolescentes (NNA) por parte de grupos armados ilegales continúa siendo una grave violación de derechos humanos y del derecho internacional humanitario.
En distintos territorios del país, la figura del "duro", "el chacho" o "el patrón" se ha posicionado como un modelo aspiracional, especialmente entre adolescentes expuestos a contextos de pobreza, falta de oportunidades, ausencia institucional y violencia.
La campaña "El duro no tiene futuro" busca desmitificar esta figura y revelar las verdaderas consecuencias del reclutamiento: pérdida de libertad, ruptura familiar, esclavitud en la guerra y la destrucción del proyecto de vida de los NNA.

2. OBJETIVO DE LA CAMPAÑA 1:

Sensibilizar a la ciudadanía, en especial a niñas, niños, adolescentes y sus familias, sobre los riesgos del reclutamiento forzado y el uso de NNA por parte de grupos armados ilegales, promoviendo acciones de prevención, denuncia y protección, mediante la difusión de mensajes estratégicos en medios comunitarios, regionales, nacionales y digitales.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Difundir mensajes preventivos y de denuncia frente al reclutamiento armado.
- Promover la protección de los NNA como sujetos de derechos.
- Orientar a las familias y comunidades sobre señales de riesgo y canales de denuncia.
- Fortalecer la presencia institucional de la Defensoría del Pueblo en regiones priorizadas por su alto nivel de vulnerabilidad.





4. PÚBLICO OBJETIVO:

- Primario: Niñas, niños y adolescentes (12-17 años) en zonas rurales y urbanas periféricas.
- Secundario: Familias, docentes, líderes comunitarios y redes locales de protección.
- Terciario: Comunidad en general, medios locales y actores institucionales.

5. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN:

Cobertura por Región
Se organiza la cobertura en 5 regiones, incluyendo departamentos priorizados y canales recomendados.

Reqión PaCífiCa

Departamentos:
- Chocó
- Cauca
- Nariño
- Valle del Cauca

JustifiCaCión:
Alta presencia de grupos armados ilegales, rutas de narcotráfico, violencia étnica, y reclutamiento.

Municipios prioritarios:
- Popayán
- Santander de Quilichao
- Quibdó
- Riosucio
- Atrato
- Buenaventura
- Tuluá
- Pasto

Canales clave:
- Radio comunitaria étnica
- Microprogramas con líderes comunitarios, dramatizados breves
- Cápsulas
- Testimonios

Región Caribe

Departamentos:
- Atlántico
- Bolívar
- Córdoba
- Cesar
- Sucre
- Magdalena
- La Giuajira

JustifiCaCión:
Alto índice de migración, explotación infantil, comunidades indígenas Wayuu.

Municipios prioritarios:
- Barranquilla
- Cartagena
- Codazzi
- Maicao
- Montería
- Santa Marta
- Ciénaga
- Sincelejo
- Valledupar
- Galapa
- Malambo
- Maicao

Canales clave:
- Radio comunitaria étnica, radio nacional.
- Prensa escrita y digital

Cápsulas Educativas



Región Andina - Zona Centro y Nororiental



Departamentos:
- Bajo Cauca
- Cundinamarca
- Norte de Santander
- Quindío
- Tolima
- Bajo Cauca
- Bajo Cauca

Municipios prioritarios:
- Armenia
- Bogotá
- Cali
- Capitanejo
- Honda - Mariquita
- Ibagué
- La dorada
- Málaga
- Manizales
- Medellín
- Neiva
- Pereira
- Tuluá
- Bucaramanga
- Cúcuta
- Amalfi

JustifiCaCión:
Contexto urbano con violencia intrafamiliar, pandillas, y migración; zonas con riesgo de reclutamiento urbano.

Alta Prioridad: Cali, Medellín, Tuluá, Neiva, mensajes de denuncia, prevención digital, testimonios, articulación institucional

Prioridad media: Ibagué, Pereira, La Dorada, Honda- Mariquita, Málaga, Capitanejo, mensajes de alerta temprana, rutas de protección, participación juvenil.

Canales clave:
- Apoyo Regional
- Radio nacional y comunitaria
- Prensa local, escrita y digital

Región Sur y Amazonía



Departamentos:
- putumayo
- Vaupés
- Guaviare

Municipios prioritarios:
- Puerto Asís
- Mitú
- San José del Guaviare

JustifiCaCión:
Alta vulnerabilidad por presencia de disidencias armadas, zonas selváticas, baja conectividad, pueblos indígenas.

Canales clave:
- Radio comunitaria y radio nacionaL

Región Llanos Orientales



Departamentos:
- Meta
- Arauca
- Casanare

Municipios prioritarios:
- Villavicencio
- Arauca Capital
- Saravena
- Paz de Ariporo
- Yopal
- Acacías
- Villavicencio
- Arauca

JustifiCaCión:
Presencia de actores armados y migración venezolana, además de zonas de difícil acceso.

Canales clave:
- Radio comunitaria y nacional
- Prensa escrita y digita



Se propone una estrategia multicanal, con prioridad en medios comunitarios, regionales y digitales, que garanticen cobertura territorial y pertinencia cultural, así como eficiencia en el uso de los recursos públicos.

Componentes:

a. Radio comunitaria (cuñas de 30 segundos)

Difusión en emisoras comunitarias de las regiones priorizadas.
Permite alta penetración en zonas rurales y de difícil acceso, asegurando la llegada directa a familias y comunidades en riesgo.

b. Emisoras nacionales con programación regional

Difusión en cadenas nacionales con cobertura departamental y franjas informativas o de interés público.

c. Prensa regional impresa

Publicaciones en medios locales reconocidos, priorizando diarios de capitales departamentales de las zonas de riesgo.

d. Digital – Redes sociales y medios de comunicación

Campaña digital en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) y portales informativos regionales.
Mensajes adaptados a públicos jóvenes y contenidos de interacción (videos cortos, piezas gráficas, animaciones).





6. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL

Departamento Prioritario	Medios Principales
Arauca	Radio comunitaria, prensa local, digital
Norte de Santander	Radio regional, digital, prensa
Chocó	Radio comunitaria, digital, prensa
Cauca	Radio, prensa regional, redes sociales
Nariño	Radio, prensa, digital
Meta	Radio, digital y redes sociales.



7. SEGMENTACIÓN DIGITAL

Radio

- Por qué: medio más confiable en comunidades rurales y urbanas populares.
- Enfoque: credibilidad + cercanía + masividad.

Radio Nacional (Alerta)

- Enfoque: noticieros populares, llegan a familias urbanas y periurbanas vulnerables.
- Ejemplo: Alerta Cúcuta, cobertura en zonas rurales con alto riesgo.
- Resultado esperado: recordación masiva + legitimidad institucional

Radio Regional

(Olímpica, Radio Tiempo, Mix, La Kalle)

- Enfoque: emisoras musicales y juveniles, mensajes cortos y cotidianos.
- Por qué: penetración en jóvenes y familias en riesgo.
- Resultado esperado: prevención en

Radio Comunitaria

- Enfoque:emisoras locales (Kapital Stereo, Ecos del Atrato, Voces del Pacífico).
- Por qué: credibilidad comunitaria, pertinencia cultural (indígena, afro, campesina).

Prensa Nacional

- Medios: El Tiempo, El Espectador, La República.
- Enfoque: legitimidad institucional, agenda pública, respaldo a la Defensoría.
- Resultado esperado: visibilización nacional del problema.

Prensa Regional

- Medios: La Opinión, Diario del Sur, El Pilón, El Meridiano, El Informador, Vanguardia, La Patria, etc.
- Enfoque: prevención en zonas críticas (frontera, Pacífico, Caribe, Eje Cafetero).
- Resultado esperado: conciencia local y territorial.



7. SEGMENTACIÓN DIGITAL

Insertos en Prensa

- Por qué: : piezas pedagógicas (infografías, testimonios, mensajes educativos).
- Enfoque: permiten profundizar en la narrativa de protección infantil.

Digital (visión general)

- Medios: segmentación por edad y territorio, especialmente jóvenes.
- Enfoque: cambio narrativo en redes sociales + credibilidad en portales locales.

Digital Regional

- Medios: • Minuto 30, Zona Cero, La Lupa Araucana, Ecos del Atrato, Diario del Sur digital.
- Enfoque: cercanía comunitaria, credibilidad local.
- Resultado esperado: impacto en comunidades digitales locales.

Redes Sociales

- Instagram y TikTok: mensajes cortos, claros y repetidos para jóvenes (14-28 años).
- Enfoque: desmontar mitos, generar conversación positiva.
- Resultado esperado: cambio narrativo juvenil.

Exterior

- Perifoneo comunitario (Ábrego, Malambo, Rionegro): mensajes directos en municipios de riesgo.
- Resultado esperado: recordación visual + contacto directo comunitario

8. DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTAL POR MEDIO

Medio	Valor estimado	Valor Agregado
Emisoras Comunitarias	91.536.576	Cuñas de 30 y 20 seg
Emisora nacionales – regionales	103.991.858	Cuñas de 30 seg en franjas informativas
Prensa Impresa	83.158.850	Publicaciones en diarios locales , nacionales s, insertos
Digital Redes Sociales	13.650.000	Campaña segmentada por ubicación , edad y afinidad
Digital Medios de Comunicación	54.709.804	Textos especiales , publirreportajes , contenidos
Digital Portales	38.397.829	Textos especiales , publirreportajes , contenidos
Perifoneo	15.496.064	Presencia directa en territorio
Total General	400.940.981	



9,.CRONOGRAMA DE PAUTA

Actividad	Periodo	Descripción
Primera presentación del plan de medios	Hasta el 28 de octubre 2025	Envío para revisión y aprobación de Supervisión
Segunda presentación del plan de medios	4 de noviembre	Incorporación de observaciones y ajustes
Aprobación y ajustes finales	7 de noviembre	
Difusión de cuñas radiales y prensa	Nov -15 de dic 2025	Ejecución pauta
Campaña digital (redes y portales	Noviembre 2025	Implementación digital
Entrega de Informe fin de ejecución	16 de dic-2025	Entrega de resultados , evidencias e impactos

NOTA: Cronograma sujeto a entrega de piezas gráficas, audiovisuales, cuñas y demás formatos para ejecución del plan.

10. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA Y ESTRATÉGICA

El plan de medios se construye a partir de los estudios de audiencia y consumo de medios en regiones de riesgo, priorizando formatos de alta penetración local como la radio comunitaria y medios digitales de cercanía.

Esta combinación garantiza:

- Cobertura amplia y efectiva en zonas rurales dispersas.
- Segmentación precisa en públicos jóvenes y familiares vía digital.
- Optimización del presupuesto mediante la mezcla equilibrada de medios tradicionales y digitales.

El mensaje "El duro no tiene futuro" se difundirá en tonos realistas y empáticos, desmantelando la falsa idea del "poder" asociado al reclutamiento, y resaltando la libertad, la familia y el futuro como valores de protección.

11. VALOR AGREGADO Y BONIFICACIONES

- Inclusión de 20 cuñas comunitarias adicionales estipuladas en el anexo técnico.
- Entrega de informes de monitoreo (clips de audio, registros en medios y métricas digitales).

12. RESULTADOS ESPERADOS

- Aumento en el reconocimiento del riesgo del reclutamiento entre jóvenes y familias.
- Difusión efectiva en las 60 regiones priorizadas, con más de 10 millones de impactos estimados entre medios tradicionales y digitales.



more than one way

Simön Seïn

¡Veamonos pronto!