

JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ
JEP

SECRETARÍA EJECUTIVA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
DE LA JEP

Diciembre de 2020



Contenido

1. Introducción
2. Descripción de la Estrategia
 - 2.1 Marco de referencia
 - 2.2 Marco normativo
3. Diagnóstico de la situación comunicacional de la JEP
 - 3.1 Factores políticos, económicos y sociales
 - 3.2 Análisis DAFO de las comunicaciones de la JEP
4. Objetivos generales y específicos de la Estrategia
 - 4.1 Objetivo general
 - 4.2 Objetivos específicos
5. Líneas de acción
 - 5.1 Gestionar la producción y divulgación de la información pública que genera la Jurisdicción Especial para la Paz entre sus grupos de interés.
 - 5.2 Asegurar una gestión eficiente de los medios audiovisuales y del acceso de sus productos a los grupos de interés.
 - 5.3 Velar por una adecuada gestión de la comunicación organizacional
6. Desarrollo de la Estrategia
 - 6.1 Estrategia y posicionamiento digital
 - 6.2 Redes Sociales
 - 6.3 Definición de grupos de interés
 - 6.3.1 Públicos externos
 - 6.3.2 Públicos internos
 - 6.4 Mensajes y canales de comunicación
 - 6.4.1 Vocería
 - 6.4.1.1 Casos especiales
 - 6.4.1.2 Medios de comunicación
7. Recursos
8. Medición y evaluación

1. Introducción

El artículo 5 transitorio del Acto legislativo 01 de 2017 creó la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), como una entidad con régimen legal propio, con autonomía administrativa, presupuestal y técnica. En este sentido, la JEP optó por contar con un Modelo de Gestión propio, basado en un conjunto ordenado y sistemático de herramientas que permiten lograr su fin último, el cual fue diseñado desde el Comité de Gestión para la Administración de Justicia de la JEP.

El Modelo de Gestión de la JEP está estructurado en cuatro dimensiones: i) estratégica; ii) humana y cultura institucional; iii) de arquitectura institucional y iv) acceso a la justicia y grupos de interés, y un eje central que es la gestión para la administración de justicia.

Las cuatro dimensiones que desarrollan el Modelo de Gestión requieren permanentemente de la acción comunicativa, en concordancia con los preceptos de oportunidad y pertinencia explícitos en la Política de Comunicaciones, aprobada por el Órgano de Gobierno de la JEP (AOG 057 de 2019).

La Estrategia de Comunicaciones de la Jurisdicción Especial para la Paz es un instrumento que desarrolla la Política de Comunicaciones. En su ejecución, la Estrategia busca llenar los espacios informativos y de opinión con información pertinente, clara, veraz y oportuna, sobre los avances de la Jurisdicción y su quehacer en general.

Conforme a lo dispuesto por el artículo 112 de la Ley 1957 de 2019 – Estatutaria de la Administración de Justicia de la JEP-, la Secretaría Ejecutiva debe “(...) 25) Diseñar, proponer e implementar (...) herramientas de gestión, transmisión y difusión de datos y conocimientos”, “(...) 31 Diseñar e implementar estrategias y herramientas que sean necesarias para la difusión de resultados, naturaleza e imagen de la JEP (...)”, funciones que cumple a través de la Subdirección de Comunicaciones.

Adicionalmente, la Secretaría Ejecutiva de la JEP debe divulgar el mandato, la misión, principios, valores, objetivos estratégicos y resultados del quehacer de la Jurisdicción Especial para la Paz entre sus distintos grupos de interés, para



contribuir a la comprensión social de la JEP como componente de justicia del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición (SIVJRNR).

En tanto es la responsable del desarrollo y ejecución de la Estrategia, tal como lo establece la Política de Comunicaciones en su marco de acción (Acuerdo Órgano de Gobierno No. 057 de 2019), la Subdirección de Comunicaciones tiene a su disposición, para su desarrollo, las herramientas de la comunicación pública y las relaciones que de éstas se desprenden con los medios de comunicación y los periodistas. No se puede olvidar la trascendental importancia de la acción permanente que debe ejercer la Subdirección de Comunicaciones en la divulgación de los contenidos que produce para sus redes sociales y la página de Internet (www.jep.gov.co). Además, y como parte integral de la presente Estrategia, se debe resaltar el papel del “Sistema de Gestión de Medios” de la JEP, que se ocupa del diseño, producción, realización, postproducción, catalogación, almacenamiento de los contenidos audiovisuales generados en las audiencias, diligencias y eventos, con el fin de distribuirlos en múltiples plataformas. El Sistema de Gestión de Medios responde a uno de los principios rectores de la JEP, el de publicidad (artículo 1, literal b, Ley 1922 de 2018), porque facilita el máximo acceso a la información y archivos que genere, obtenga, adquiera, transforme o controle la Jurisdicción. Estos archivos audiovisuales se transforman en la Memoria, no solo de la Jurisdicción sino del país.

Así, el Sistema de Gestión de Medios aparece en la arquitectura de aplicaciones definidas por la Dirección de Tecnologías de la Información junto con el Sistema de Gestión Judicial y el Sistema Gestor Documental y de Contenidos para garantizar que se cumplan los objetivos del Acto Legislativo 01 de abril de 2017, que en su artículo transitorio 5 señala: “satisfacer el derecho de las víctimas a la justicia; ofrecer verdad a la sociedad colombiana; proteger los derechos de las víctimas; contribuir al logro de una paz estable y duradera y adoptar decisiones que otorguen plena seguridad jurídica a quienes participaron de manera directa o indirecta en el conflicto armado interno mediante la comisión de las mencionadas conductas”. La primera fase del Sistema de Gestión de Medios ya está en operación. La segunda fase estará lista a finales de 2020 y la tercera, en 2021.

En la primera parte de este documento se describe de manera general la Estrategia de Comunicaciones de la JEP y se exponen los elementos claves para su ejecución. En la segunda, se estructura un diagnóstico de la situación comunicacional de la JEP



y se hace un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En la tercera parte se describen los objetivos –generales y específicos–, enfocados en el cumplimiento de la divulgación de la misión de la Jurisdicción. En la cuarta parte se describen las líneas de acción para alcanzar esos objetivos. La quinta parte establece los canales que se usarán en la ejecución de la Estrategia. La sexta parte describe los recursos financieros y humanos necesarios para cumplir con los objetivos propuestos. Y, finalmente, la séptima y última parte plantea los indicadores a través de los cuales se hará el seguimiento y la evaluación para su correcta ejecución.

2. Descripción de la Estrategia

Marco organizacional

La Subdirección de Comunicaciones es una dependencia de la Secretaría Ejecutiva de la JEP. La Ley Estatutaria de la Jurisdicción otorga a la Secretaría Ejecutiva la obligación de trabajar por garantizar los derechos de las víctimas y, entre otras, el acceso a la información pública por parte de todos los interesados. Esta tarea, como se mencionó anteriormente, se ejecuta bajo el mandato de “Diseñar e implementar estrategias y herramientas que sean necesarias para la difusión de resultados, naturaleza e imagen de la JEP”, actividad que dentro de la Secretaría Ejecutiva corresponde a la Subdirección de Comunicaciones, según los lineamientos estratégicos y los contenidos aprobados por el Presidente o Presidenta de la Jurisdicción, quien ejerce la vocería de la entidad, según lo establece el artículo 19, literal b, del Acuerdo de la Sala Plena ASP 001 de 2020.

La Estrategia de Comunicaciones de la JEP tiene como objetivo divulgar el mandato, la misión, los principios, los valores, los objetivos estratégicos y los resultados del quehacer de la Jurisdicción Especial para la Paz entre sus grupos de interés para contribuir a su comprensión social como componente de justicia del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición (SIVJRNR). Este sistema contribuye al esclarecimiento de la verdad plena, la reparación integral de las víctimas y la construcción de garantías de no repetición para la construcción de una paz estable y duradera, que permita la reconciliación del país.

De igual manera, la Estrategia se encarga de visibilizar permanentemente el compromiso de la JEP con el desarrollo e implementación de la justicia transicional en Colombia y el trabajo articulado de la Jurisdicción con los demás componentes del SIVJRNR.

Con el propósito de lograr esos cometidos, la Subdirección de Comunicaciones trabaja de manera articulada con todas las áreas de la JEP y atiende las necesidades en materia de comunicaciones de la Presidencia, las salas de justicia, el Tribunal para la Paz, la Secretaría Ejecutiva y la Unidad de Investigación y Acusación (UIA).

2.1 Marco de referencia

El ejercicio de la comunicación conlleva a considerar a las audiencias en todas sus dimensiones. Esto implica comprender sus entornos, su historia, sus necesidades y sus relaciones. Así, el modelo de comunicación más básico no estaría completo si el emisor no logra comunicar al receptor de una manera clara, que considere sus modos, costumbres y su historia, al igual que la diversidad lingüística, étnica, cultural y territorial.

La comunicación es un desafío humano cotidiano. Y lo es aún más cuando se trata de la obligación que tienen las instituciones públicas de llegar a la ciudadanía y divulgar la oferta del Estado y los resultados de la política pública. La diversidad de sus audiencias y la imposibilidad de crear un mensaje “universal” que las alcance con el mismo impacto a todas, obliga a las áreas de comunicación de las entidades públicas a innovar permanentemente y a utilizar diversidad de medios a su disposición para impactar satisfactoriamente a sus audiencias. Un ejemplo de esa dificultad de la comunicación para las entidades públicas se encuentra en el análisis de ese ejercicio durante la negociación del Acuerdo Final de Paz entre el Estado colombiano y las Farc-EP y la posterior campaña del plebiscito en 2016. La imposibilidad de un diseño de mensaje que llegara a todas las audiencias con un alcance pedagógico sobre el potencial de los acuerdos es muy similar al desafío que enfrenta hoy la JEP, dos años y medio después de haber iniciado plenamente sus labores y con el reto por delante de comunicar las sanciones que impondrá.

2.2 Marco normativo

El desarrollo y la ejecución de la Estrategia de Comunicaciones por parte de la Subdirección de Comunicaciones tiene en cuenta los mandatos de la Constitución Política, el Acuerdo Final de Paz y su desarrollo normativo, el Reglamento General de la JEP, la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública y los tratados internacionales suscritos por Colombia.

En el desarrollo propio del trabajo comunicativo de la Jurisdicción, y como parte integral de la Secretaría Ejecutiva, la Subdirección de Comunicaciones de la JEP se rige por las disposiciones generales del Acuerdo Final de Paz. Adicionalmente y como desarrollo de este, la Ley Estatutaria de la JEP, en su artículo 112, precisa en su numeral 31 que la Secretaría Ejecutiva (y en consecuencia la Subdirección de



Comunicaciones) debe “Diseñar e implementar estrategias y herramientas que sean necesarias para la difusión de resultados, naturaleza e imagen de la JEP”.

Finalmente, y como precedente de la Estrategia de Comunicaciones, es fundamental mencionar la Política de Comunicaciones aprobada por el Órgano de Gobierno (AOG 057 de 2019).

3 Diagnóstico de la situación comunicacional de la JEP

3.1 Factores políticos, económicos y sociales

Antes de la entrada en funcionamiento de la JEP, Colombia sufrió un proceso de polarización política que surgió en medio de las negociaciones de paz con las Farc-EP y aumentó en la campaña por el plebiscito en 2016. La polarización siguió luego de que el Gobierno y las Farc-EP renegociaron y firmaron el Acuerdo del Teatro Colón que, aunque no fue sometido a un nuevo plebiscito, fue avalado por el Congreso de la República.

La JEP comenzó a operar, de manera paulatina, en 2017, a través de la Secretaría Ejecutiva, que entonces tenía funciones judiciales transitorias.

El desarme de las Farc-EP concluyó el 27 de junio de 2017.

Desde sus inicios, la JEP ha operado en medio de un ambiente político polarizado, que se refleja en cuestionamientos y ataques permanentes a la Jurisdicción en las redes sociales y en intentos por deslegitimarla, eliminarla o reformarla.

En esas condiciones ha resultado difícil la comunicación de las particularidades de un sistema de justicia transicional nuevo y complejo, lo que se refleja en encuestas y sondeos de opinión pública.

En julio de 2018, el saliente presidente de la República sancionó la Ley 1922, “Por medio de la cual se adoptan unas reglas de procedimiento para la Jurisdicción Especial para la Paz”. A comienzos de 2019, el nuevo presidente de la República objetó seis artículos del proyecto de Ley Estatutaria de la JEP. Esto último retrasó la plena operación de la Jurisdicción y la entrada en vigencia de esa ley, fundamental para la JEP.



Hasta diciembre de 2020, la JEP ha abierto siete macrocasos, ha recibido 316 informes de instituciones del Estado y de grupos de víctimas, más de 476 versiones voluntarias por parte de comparecientes y ha realizado audiencias públicas, muchas de las cuales han sido transmitidas, vía streaming, a raíz de la pandemia del Covid 19.

El pleno funcionamiento de la JEP se ha logrado gracias al acompañamiento y respaldo de importantes sectores del Congreso de la República, de organizaciones sociales y de víctimas, y el valioso aporte de los Pueblos Indígenas, Negros, Afrocolombianos, Raizales, Palenqueros y Rrom.

Asimismo, la JEP ha tenido el apoyo de la comunidad internacional e instituciones internacionales como la Fiscalía de la Corte Penal Internacional, el Sistema de Naciones Unidas, la Unión Europea y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Desde la entrada en funcionamiento de la JEP, se ha divulgado el mandato, la misión, los principios, los valores, los objetivos estratégicos y los resultados del quehacer de la Jurisdicción, en plataformas propias de comunicación:

-Página web: 100.000 visitas al mes (promedio mensual con base en las cifras anuales)

-Redes sociales:

- Twitter: diciembre de 2020, 192.554 seguidores; diciembre 2019, 123.013 seguidores; diciembre 2018, 1.320 seguidores.
- Facebook: diciembre de 2020, 66.189 seguidores; diciembre 2019, 56.079; diciembre 2018, 19.346.
- Instagram: diciembre de 2020, 11.600 seguidores; diciembre 2019, 6.237; diciembre 2018, 1.160
- YouTube: junio de 2020, 3.100 suscriptores*

Asimismo, se utiliza WhatsApp como herramienta de contacto y difusión con grupos de periodistas regionales, nacionales e internacionales.



3.2 Análisis DAFO de las comunicaciones de la JEP

Fortalezas:

- La JEP cuenta con una Política de Comunicaciones para divulgar la misión y el quehacer de la entidad entre sus grupos de interés, expedida en el Acuerdo del Órgano de Gobierno 057 de 2019.
- Los periodistas que cubren la JEP, líderes de opinión y columnistas consultan a la Subdirección de Comunicaciones habitual y constantemente, lo que la consolida como fuente de información oportuna, y veraz.
- El análisis del tráfico de las redes sociales de la Jurisdicción refleja una mayor comprensión entre los grupos de interés que apoyan el proceso de paz, particularmente en las audiencias más jóvenes.
- La JEP ha construido una imagen institucional y la narrativa de entidad que cumple con su mandato bajo el principio de centralidad de las víctimas y la incorporación de los enfoques diferenciales y de género.
- Existe amplio respeto y respaldo internacional a la JEP como institución que garantiza la no impunidad, imparte justicia restaurativa y que es considerada *sui generis* en el mundo.
- Se difunden y distribuyen de manera sistemática contenidos sobre la JEP en diversos formatos y plataformas, que tienen impacto en medios de comunicación y redes sociales.
- Se ha logrado un aumento significativo y sostenido, año a año, de seguidores en las plataformas digitales propias.
- Ha aumentado el tiempo de permanencia de los visitantes a la página web de la entidad.
- Han aumentado los usuarios únicos que visitan la página web.
- El trabajo de la JEP en materia de comunicaciones es reconocido, respetado y valorado en el gremio periodístico.
- La JEP cuenta con un canal propio de *streaming* para transmitir en cualquier momento desde la sede de la Jurisdicción y desde otros lugares las distintas diligencias públicas.
- La entidad cuenta con el noticiero semanal “JEP al día”, que se divulga externa e internamente entre sus públicos de interés.
- La entidad cuenta con la revista “JEP al Día”, que se produce en formato digital y tiene una distribución mensual hacia su público interno y entre las

entidades del Sistema. Asimismo, cuenta con una Intranet de uso y acceso de sus servidores.

- La Jurisdicción está implementando el Sistema de Gestión de Medios, que le permite el diseño, producción, realización, postproducción, catalogación y almacenamiento de contenidos, con el fin de distribuirlos en múltiples plataformas.

Debilidades:

La JEP cuenta con una capacidad de respuesta limitada para responder al número creciente de solicitudes de información por parte de sus públicos de interés, internos y externos.

- Las comunicaciones de la JEP no alcanzan a todos los públicos de interés.
- El lenguaje de las comunicaciones de la JEP puede llegar a ser muy técnico y jurídico.
- La comunicación entre las Salas de Justicia, las Secciones y otras unidades de la JEP todavía no es lo suficientemente fluida.
- Existe falta de articulación con la Comisión Étnico-racial.
- Falta desarrollar mucho más y de manera más efectiva las comunicaciones de la JEP en enfoques diferenciales.
- Es necesario avanzar en la formación de los comunicadores y periodistas de en el enfoque étnico-racial
- La Subdirección de Comunicaciones no tiene una presencia territorial permanente.
- Falta personal que oriente la divulgación de mensajes en idiomas originarios oficiales en el territorio nacional.

Oportunidades:

- Tener comunicaciones más proactivas que reactivas.
- Consolidación y puesta en marcha de una estrategia de difusión de mensajes entre públicos jóvenes, lo cual debe ocurrir a partir del año 2021.
- Continuar con los procesos de formación y pedagogía, a través de talleres y otros instrumentos, con periodistas y medios de comunicación sobre la misión y los campos de acción de la JEP.
- Participación de la JEP en eventos académicos y gremiales del orden nacional y regional.



- Gestión de alianzas con organizaciones sociales y gremios para consolidar una agenda cultural y expositiva, y así divulgar el mandato de la JEP, a través de otros lenguajes y plataformas.
- Se deben aprovechar hechos de la coyuntura nacional para fomentar la comparecencia ante la Jurisdicción y la comunicación pública de sus resultados.
- Se deben generar alianzas con medios de comunicación territoriales.
- Se debe cerrar la brecha de exclusión de grupos poblacionales históricamente discriminados.
- Se debe hacer de las comunicaciones un instrumento de apoyo a la pedagogía sobre la JEP.
- Se deben desarrollar de manera sistemática estrategias de comunicación sobre la participación en la JEP y las sanciones que se imponen en la Jurisdicción.

Amenazas:

- Campañas sistemáticas de desprestigio contra la JEP.
- Baja reputación de la Jurisdicción entre algunos públicos de interés.
- Intentos de opositores políticos por reformar o derogar a la JEP.
- Demoras en la toma de decisiones judiciales de la JEP, agravadas por la pandemia del Covid-19.
- Eventuales ataques de las personas afectadas por las decisiones y los fallos de la Jurisdicción.
- Mensajes equivocados o confusos que eventualmente emita la propia JEP.
- Eventual insatisfacción de algunos sectores de víctimas con las decisiones que adopte la JEP.
- Eventual insatisfacción de sectores sociales y políticos con decisiones que adopte la JEP.
- Incomprensión de los mecanismos de selección y priorización de casos de la JEP.
- Inconformidad de algunos comparecientes con decisiones adoptadas por la JEP.
- Las condiciones de violencia en los territorios.

4 Objetivos generales y específicos de la Estrategia

4.1 Objetivo general

La Estrategia de Comunicaciones de la Jurisdicción Especial para la Paz tiene como objetivo divulgar el mandato, la misión, principios, valores y resultados del quehacer de la JEP entre sus grupos de interés, teniendo en cuenta los enfoques étnico-racial, de género, territorial y de participación, para contribuir a la comprensión social de la JEP como el componente de justicia del SIVJRNR que contribuye la obtención de la verdad plena, la reparación integral de las víctimas y la construcción de garantías de no repetición para la reconciliación del país.

4.2 Objetivos específicos

- Gestionar la producción y divulgación de la información pública que genera la Jurisdicción Especial para la Paz entre sus grupos de interés.
- Asegurar una gestión eficiente de los medios audiovisuales y del acceso de sus productos a las partes interesadas.
- Velar por una adecuada gestión de la comunicación organizacional.
- Incorporar los enfoques étnico-racial, de género, mujer, familia y generación y territorial y ambiental en los planes de comunicación de la JEP en articulación con la Comisión Étnico-territorial y con las demás comisiones de la Jurisdicción.

5 Líneas de acción

Las líneas de acción relacionadas a continuación, se agrupan según los objetivos específicos referidos en el punto anterior.

5.1 Gestionar la producción y divulgación de la información pública que genera la Jurisdicción Especial para la Paz entre sus grupos de interés.

- Visibilización del compromiso de la JEP con el desarrollo e implementación de la justicia transicional y restaurativa.
- Divulgación del precepto máximo de centralidad en las víctimas.
- Visibilización del trabajo articulado con los demás componentes del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y garantías de No Repetición (SIVJRNR).

- Articulación con la Estrategia de Pedagogía para lograr la comprensión del papel de la JEP entre los grupos de interés.
- Articulación con la Comisión Étnico-Racial para lograr la implementación efectiva del enfoque diferencial y acompañar la producción de contenidos con enfoque diferencial, territorial y étnico.
- Articulación con la Comisión de Género y la Comisión de Participación de la JEP, así como con las demás comisiones de la JEP.
- Construcción de relaciones proactivas con todos los grupos de interés.
- Divulgación integral, diferenciada y estratégica de los macrocasos.
- Generación de interacciones permanentes con los grupos de interés.
- Promoción de espacios de divulgación en las zonas más afectadas por el conflicto armado.
- Preparación de vocería y de eventuales voceros para interacciones con medios de comunicación y otros grupos de interés.
- Consolidación de una agenda propia y pública de la JEP.
- Acompañamiento y asesoría a tareas de pedagogía desde la comunicación.
- Consolidación del relato público (narrativa) para todas las audiencias de la JEP.
- Consolidación de una estrategia digital medible que optimice el alcance de las redes sociales.
- Anticipación y acción frente ataques y desinformación en contra de la JEP.
- Transformación de las percepciones negativas en la opinión pública frente a la JEP.
- Gestión de políticas de manejo de audiencias.

5.2 Asegurar una gestión eficiente de los medios audiovisuales y del acceso de sus productos a los grupos de interés

- Generación de interacciones permanentes con los grupos de interés.
- Asegurar acceso a las víctimas a material audiovisual producido en las diligencias en las que esté permitido.
- Producción de material audiovisual que divulgue el cumplimiento de la misión, políticas, objetivos estratégicos, programas, planes y proyectos de la JEP.



- Grabación de diligencias judiciales reservadas y públicas con pautas de calidad y seguridad de la información.

5.3 Velar por una adecuada gestión de la comunicación organizacional

- Construir y consolidar el relato de la JEP, en coordinación con la Subdirección de Fortalecimiento Institucional, para que sea apropiado por los servidores, servidoras y contratistas de la entidad.
- Hacer de las comunicaciones aliadas estratégicas de todas las áreas de la JEP.
- Promover un ambiente de trabajo sano, basado en el respeto, la pluralidad, el reconocimiento del otro y la confianza.
- Generar información periódica a los servidores, servidoras y contratistas de la JEP sobre las novedades más relevantes en la Jurisdicción.
- Cumplir pautas:
 - Articular con la Subdirección de Comunicaciones la planeación de asuntos relacionados con el manejo de opinión pública y material de divulgación.
 - Asegurar que los contenidos que difunde la Subdirección de Comunicaciones sean consultados y avalados por el Presidente (a) y por el Secretario (a) Ejecutivo (a).
 - Preparar contenidos informativos de manera articulada entre la Subdirección de Comunicaciones con los responsables de los procesos o dependencias respectivas.
 - Coordinar, por parte de la Subdirección de Comunicaciones, las plataformas de divulgación (página web institucional, intranet, boletines externos e internos, redes sociales y otros) ya establecidas, así como las que surjan en el futuro.
 - Asegurar que, antes de su publicación, las piezas de comunicación cuenten con aprobación jerárquica del Presidente (a), el Secretario (a) Ejecutivo y el Subdirector (a) de Comunicaciones.

6 Desarrollo de la Estrategia

La implementación de las líneas de acción ha contado con instrumentos y mecanismos ya avanzados, que seguirán desarrollándose. A continuación, se refiere cada uno de ellos, dando cuenta de lo logrado y su importancia e indicando aspectos que se fortalecerán.



6.1 Estrategia y posicionamiento digital

La generación y distribución de contenidos hipermediales en la página web y las redes sociales son un pilar fundamental de la Estrategia de Comunicaciones para divulgar el mandato, la misión, principios, valores y resultados del quehacer de la Jurisdicción Especial para la Paz.

La Estrategia de Comunicaciones fortalecerá la producción de contenidos hipermediales en la página web y las redes sociales, para cumplir con su objetivo principal y fortalecer la comunicación con sus grupos de interés.

Para entender la importancia de este propósito, a continuación, se detalla la descripción de cada canal por donde llegan las audiencias a la página www.jep.gov.co

Canales principales

Los siguientes son los canales principales por los que se emiten los mensajes de la Jurisdicción, se describen sus características y alcance:

- **Búsquedas orgánicas (62.3%)**

Indica los resultados de búsqueda orgánicos (sin pautar). Por ejemplo, los resultados en los motores de búsqueda. Según lo muestra la analítica de ese canal, las palabras claves que los usuarios usan en los motores de búsqueda, y que llevan a nuestra página, son:

1. JEP
2. ¿Qué es la JEP?
3. La JEP
4. Jurisdicción Especial para la Paz
5. JEP Colombia
6. Justicia Especial para la Paz



Vincular directamente a los usuarios que hacen búsquedas al portal de la Jurisdicción Especial para la Paz representa grandes ventajas para el tráfico de la página, siempre y cuando se usen estas o algunas de estas palabras en todas las publicaciones y piezas gráficas.

- **Directo (15,8%)**

En general, indica las visitas cuando los usuarios han ido directamente a la URL www.jep.gov.co

Toda pieza gráfica y toda publicación que se elabore en la JEP, para cualquier público, debe incluir siempre la URL del portal. El objetivo es posicionar el enlace de la página web y los beneficios que representa el hacer consultas en la misma, para obtener información clara y oportuna sobre la misionalidad y el quehacer de la JEP.

- **Redes Sociales (18%)**

Indica visitas provenientes de redes sociales, tales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, etc.

La Tabla 1 muestra, en términos cuantitativos, qué tanto aportan las redes sociales al tráfico del portal de la JEP.

Para fortalecer el tráfico a través de las redes sociales, es importante tener en cuenta la inclusión y vinculación del enlace del portal: www.jep.gov.co (o enlace propio sobre un contenido publicado en la página institucional) en toda pieza gráfica y en toda publicación que se difunda.

Adicionalmente, se debe fortalecer la agenda propia y la creación de comunidad en las redes sociales, incluido WhatsApp. Esto se logra, por ejemplo, al difundir el enlace de los comunicados, ruedas de prensa, autos y declaraciones publicados, para su consulta desde el sitio y de esta forma se generen nuevas sesiones y usuarios en el portal web.

Tabla 1. Tráfico que aportan las redes sociales al portal web de la JEP

Red social ?	Adquisición		
	Usuarios ? ↓	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?
	48.922 % del total: 18,54 % (263.912)	47.356 % del total: 18,47 % (256.376)	61.230 % del total: 12,33 % (496.496)
1. Facebook	41.463 (84,45 %)	40.700 (85,94 %)	48.974 (79,98 %)
2. Twitter	6.476 (13,19 %)	5.577 (11,78 %)	10.823 (17,68 %)
3. Instagram	679 (1,38 %)	641 (1,35 %)	801 (1,31 %)
4. YouTube	182 (0,37 %)	168 (0,35 %)	223 (0,36 %)
5. Instagram Stories	163 (0,33 %)	150 (0,32 %)	184 (0,30 %)
6. LinkedIn	112 (0,23 %)	100 (0,21 %)	204 (0,33 %)
7. Blogger	15 (0,03 %)	14 (0,03 %)	15 (0,02 %)
8. Academia	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)
9. Dailymotion	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)
10. Digg	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)

Fuente: Elaboración propia Subdirección de Comunicaciones

- **Anuncios (0%)**

Indica tanto el tráfico de la publicidad en línea fuera de la búsqueda y la visualización, como la pauta pagada.

Este es quizá el canal que mayores réditos tiene en términos de alcance y visibilidad para la entidad. El éxito de su gestión depende de los recursos que se inviertan en los planes de medios dirigidos y supervisados por la Subdirección de Comunicaciones.

- **Display (0%)**

Indica el tráfico de la publicidad gráfica, como las campañas de remarketing de Google AdWords.

Al igual que el canal anterior, este es otro de los casos en los que puede generar mayor impacto en términos de visibilidad para la entidad, siempre y cuando se maneje pauta de tipo *Google AdWords*, es decir, pagándole a Google para que posicione el vínculo del portal de la Jurisdicción Especial para la Paz en los resultados de búsqueda.

El éxito del uso de este canal depende de la segmentación que se haga de la pauta misma en los distintos grupos de interés.

6.2 Redes sociales

La producción permanente de contenidos atractivos, cortos y segmentados que se difunden a través de las redes sociales hace parte de la estrategia digital para divulgar el mandato, la misión, principios, valores y resultados del quehacer de la Jurisdicción Especial para la Paz.

En las redes sociales se distribuyen:

- Formatos gráficos: gifs, infografías, memes.
- Formatos audiovisuales: clips, reportajes, documentales, piezas informativas, piezas pedagógicas, cubrimiento de eventos, transmisiones, videoconferencias
- Formatos radiales
- Otros formatos

El objetivo es divulgar el mandato de la JEP e incrementar la presencia e influencia de la institución en WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, wikis y otras redes.

6.3 Definición de grupos de interés

6.3.1 . Públicos externos



Un grupo de interés externo se define como un grupo de personas que comparte intereses, gustos, oficios, profesiones y que pueden, o no, actuar coordinadamente. El carácter externo tiene que ver con la relación que el grupo tenga frente a la entidad que emite un mensaje.

- Los medios y plataformas de comunicación
 - Periódicos, revistas, canales de TV y de Internet, así como portales informativos en Internet que difunden información de interés público.
- Periodistas, columnistas y líderes de opinión
 - Personas que ejercen el oficio de informar a la ciudadanía a través de los canales arriba mencionados. Los columnistas y líderes de opinión, como los periodistas, deben respetar la verdad, pero el oficio de estos dos primeros radica en plasmar en una plataforma su criterio sobre la información que publican los primeros.
 - Las víctimas y las organizaciones que las agrupan con sus enfoques diferenciales, territoriales y étnicos, entendiendo que estos grupos necesitan información clara y pertinente que contribuya al entendimiento y fortalecimiento de la participación de las organizaciones y pueblos étnicos. Personas que han sufrido graves violaciones a los derechos humanos y graves infracciones al Derecho Internacional Humanitario en Colombia, y que son la centralidad del SIVJNR.
- Los comparecientes a la JEP
 - Personas cuyo sometimiento ante la Jurisdicción ha sido aceptado y que están sometidas al régimen de condicionalidad de la jurisdicción (Exmiembros de las Farc-EP, miembros y exmiembros de la fuerza pública, otros atentes del Estado diferentes a la fuerza pública y terceros).
- Las organizaciones no gubernamentales.
 - Organizaciones de carácter privado -no gubernamentales- que velan por la salvaguarda de los derechos de las personas o de colectivos y que no guardan relación directa con el Estado.
- Las entidades del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición (SIVJNR)
 - Jurisdicción Especial para la Paz, la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad y la Unidad de Búsqueda de Personas dadas por Desaparecidas.
- Instituciones del Estado

- Ministerio Público
 - Procuraduría General
 - Defensoría del Pueblo
 - Personerías Municipales
- Contraloría General de la República
- Rama Ejecutiva
 - Las entidades mencionadas en el artículo 115 de la Constitución Política.
- Rama Legislativa
 - Congreso de la República.
- Corporaciones administrativas
 - Concejos municipales, juntas administradoras locales y asambleas departamentales, en lo local y lo regional.
- Rama Judicial
 - La Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado y el Consejo Superior de la Judicatura.
 - Los tribunales superiores y administrativos
 - Los jueces
 - Los consejos seccionales de la judicatura
 - Jurisdicción Especial Indígena
- Los partidos políticos
 - Grupos de personas que ejercen una representación política de ciudadanos en búsqueda de la construcción de agenda y representación de intereses.
- Los gremios económicos
 - Son las organizaciones que reúnen los intereses de algunos sectores de la economía y que actúan como representantes de esos intereses ante diversas instancias del poder público.
- Estudiantes y academia
 - Personas que cursan alguna carrera o estudio en la educación básica media o superior y en la no formal, y profesionales que ejercen su trabajo en universidades, centros de estudio y centros de pensamiento.
- Sindicatos
 - Grupos conformados por personas que defienden los derechos de los trabajadores ante las empresas y entidades públicas y privadas.
- Iglesias

- Grupos de personas que comparten una misma fe, amparadas en los derechos que garantiza la Constitución Política en su artículo 19.
- Comunidad internacional
 - Países que aportan de una manera u otra con la implementación de los acuerdos de paz.
 - Países y organizaciones intergubernamentales interesadas en el desarrollo de los acontecimientos sociales, económicos y políticos en Colombia.
- Usuarios de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, etc.)
 - Personas que poseen cuentas en esas plataformas y que interactúan en ellas.
- Los influenciadores en redes sociales.
 - Todas las personas que generan información de productos, servicios o de cualquier tema de actualidad. Regularmente se especializan o hablan de un tema o categoría en específico y, por lo general, tienden a interactuar y a participar con otros usuarios compartiendo sus opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones.
- Las Autoridades Étnicas
- La sociedad en su conjunto.

6.3.2. Públicos internos

Los públicos internos de la JEP están conformados por todas aquellas personas que de cualquier forma guardan alguna relación laboral o contractual con la Jurisdicción.

- Órgano de Gobierno
 - Órgano colegiado que se encarga de establecer los lineamientos y directrices para garantizar el efectivo funcionamiento de la jurisdicción.
- Presidencia de la JEP
 - La Presidencia es un órgano integrante de la jurisdicción con la magistratura, la Secretaría Ejecutiva y la Unidad de Investigación y Acusación.
- Magistrados de salas y secciones
 - Cada uno de los 38 magistrados que forma parte de las tres salas y las cuatro secciones de la Jurisdicción Especial para la Paz.
- Secretaría Ejecutiva

- Administra, gestiona y ejecuta los recursos de la JEP para cumplir con sus objetivos misionales. Administra el Sistema Autónomo de Defensa de la JEP a víctimas y comparecientes. Garantiza la participación de las víctimas, su representación especial ante diversas instancias de la JEP y su acompañamiento psicosocial y jurídico durante el proceso judicial cuando así corresponda. Certifica los Trabajos y Obras con contenido Reparador-Restaurador (TOAR).
- Unidad de Investigación y Acusación (UIA)
 - Investiga y ejerce la acción penal cuando los presuntos autores individuales o colectivos de graves violaciones a los derechos humanos o infracciones al Derecho Internacional Humanitario no reconocen verdad plena o responsabilidad.
- Servidores y contratistas de la JEP
 - Todos los funcionarios, funcionarias y contratistas que tengan vigente la naturaleza de esa relación con la JEP.

6.4 Mensajes y canales de comunicación

6.4.1 Vocería

La vocería de la JEP está a cargo del Presidente o Presidenta de la Jurisdicción o de la persona a quien esta designe en casos específicos. El vocero es el único funcionario autorizado para comunicar información oficial.

6.4.1.1 Casos especiales

Cuando se es conferencista o representante de la JEP en algún evento, la intervención debe tener el visto bueno de la Presidencia o la Secretaría Ejecutiva, según el caso.

6.4.1.2 Medios de comunicación:

La Subdirección de Comunicaciones es la responsable de diseñar, producir y distribuir contenidos informativos propios dirigidos a los medios de comunicación.

La distribución de estos contenidos se hará a través de las siguientes herramientas:

- Ruedas de prensa
- Boletines de prensa
- Comunicados
- Declaraciones



- Concertación y realización de entrevistas
- Otras piezas comunicativas: videos, audios, textos, infografías u otros.

Todos estos contenidos deben llevar la imagen institucional y proyectar los valores institucionales y los objetivos de comunicación planteados en la presente Estrategia: ser oportunos, veraces, generar confianza y credibilidad.

7. Recursos

La JEP despliega la Estrategia de Comunicaciones a través de la Subdirección de Comunicaciones, que es una dependencia de la Secretaría Ejecutiva con capacidad instalada. Tiene a su cargo recursos de cooperación y de inversión para el mejor cumplimiento de sus fines.

8. Medición

La gestión, productos y resultados de la Estrategia de Comunicaciones se medirán mensualmente con los siguientes indicadores:

- Los indicadores de proceso definidos por la Subdirección de Fortalecimiento Institucional.
- Número de productos generados (boletines, comunicados, declaraciones, entrevistas, ruedas de prensa, trinos, infografías, cartillas, videos, gifs, clips de radio, y demás).
- Número de contenidos publicados en medios de comunicación y plataformas digitales, así como su alcance en las distintas audiencias. Esto se logra mediante el análisis y monitoreo sistemático de la información que circule sobre la JEP.
- Número de seguidores en las redes sociales
- Número de interacciones en las redes sociales y usuarios alcanzados
- Número de conexiones a transmisiones en directo
- Número de seguidores en redes sociales por su calidad (influenciadores de opinión, tomadores de decisiones, medios de comunicación, organizaciones sociales, comunidad internacional, entidades del Estado, etc.).
- Una encuesta o sondeo de opinión anual.

