

TEJIDO VIVO

CONTEXTO

En Colombia, la estigmatización contra personas defensoras de derechos humanos y líderes sociales ha sido identificada como un factor que debilita su legitimidad pública, deteriora la confianza social y puede aumentar su nivel de riesgo.

La campaña “Tejido Vivo” surge como una estrategia de comunicación pública de la Defensoría del Pueblo para contribuir a transformar estas percepciones y promover el reconocimiento social de quienes defienden derechos en el país.

Esta iniciativa se desarrolla en el marco de la Estrategia Defensorial #BuenFuturoHoy (2025–2028) y responde a estándares constitucionales e internacionales que obligan al Estado a promover entornos favorables para el ejercicio del derecho a defender derechos humanos.



OBJETIVO

Promover el reconocimiento social y la credibilidad de las personas defensoras de derechos humanos y líderes sociales, contribuyendo a reducir la estigmatización contra su labor y fortaleciendo la valoración pública de su aporte a la democracia y al goce efectivo de derechos.

CONCEPTO DE CAMPAÑA

“Tejido Vivo” propone una metáfora simple y poderosa: La sociedad funciona como un tejido vivo en el que cada persona cumple una función esencial. Las personas defensoras son fibras que conectan comunidades, instituciones y territorios, ayudando a sostener la vida democrática y la protección de los derechos.

Cuando una de esas fibras se rompe, el tejido social se debilita. Reconocer y proteger a quienes defienden derechos es, por tanto, cuidar el futuro del país.

PÚBLICO OBJETIVO

La campaña se dirige principalmente a la opinión pública colombiana, con énfasis en tres sectores estratégicos:



Tomadores de decisión: autoridades públicas, legisladores y operadores judiciales.



Medios de comunicación y creadores de contenido: periodistas, medios tradicionales y digitales, formadores de opinión.



Ciudadanía: audiencias urbanas y rurales, especialmente usuarios de redes sociales.



y la Naturaleza



EL TEJIDO SOCIAL DE COLOMBIA ESTÁ VIVO, COMO NOSOTROS, COMO NUESTRO PLANETA. LAS PERSONAS DEFENSORAS DE DD.HH. Y LÍDERES SOCIALES SON LOS CONECTORES NATURALES DE ESTE TEJIDO; SON PERSONAS ORDINARIAS QUE HACEN COSAS EXTRAORDINARIAS...

FASES

La campaña se desarrollará **durante 11 meses (2026–2027) en tres fases:**



Defensoría
del Pueblo
COLOMBIA

y la Naturaleza

1

Lanzamiento Las fibras que nos unen

- Presentación Pública de Campaña [Lanzamiento Concurso Fotografía y Panel para periodistas y creadores de contenido "Cómo narrar la defensa de los DD.HH. sin estigmatizar"]
- "Territorio libre de Estigmas" Sensibilización a autoridades locales sobre la no estigmatización.
- Cuatro [4] Spots de audio contra la estigmatización para distribución por Redes y Mensajería Instantánea

2

Sostenimiento Tejido de solidaridad

- ABC del Derecho a Defender y labor de PDDH para funcionarios [interno Defensoría] – Un [1] Clip de video, cinco [5] sesiones virtuales de aproximación y una cartilla
- Sesión Live TikTok, Twitch e Instagram "Ideario para desarmar la palabra digital"
- Lanzamiento Banco de Buenas Prácticas de reconocimiento y no estigmatización de PDDH para las regiones
- Acto de Reconocimiento a la defensa en asuntos ambientales
- Serie especial de VideoPodcast "Voces por tus derechos" sobre campaña "Tejido Vivo"
- Evento lanzamiento informes clave sobre población líder y defensora [IS AT 019-23, SU 546-23, Escazú]
- Casa Abierta - Toma cultural de la Defensoría del Pueblo sede nacional por la población líder y defensora
- Cuento gráfico para niños "mi amiga la defensora"
- Premiación Concurso de Fotografía y Festival de Cine de Jardín – Antioquia / edición especial Líderes sociales y Entrega "Insignia Defensorial" buenas prácticas contra la estigmatización

3

Cierre Tejido que permanece

- Audiencia Defensorial para emisión de Informe defensorial sobre la labor de la población líder y defensora.

CANALES DE COMUNICACIÓN

La estrategia combinará tres frentes principales:

- **Estrategia digital:** redes sociales, plataformas digitales y mensajería.
- **Plan de medios:** relacionamiento con medios tradicionales, digitales y alternativos.
- **Acciones públicas y culturales:** eventos, contenidos audiovisuales, publicaciones y reconocimientos simbólicos.

RESULTADOS ESPERADOS

- a. Contribuir a un mayor reconocimiento público del papel de las personas defensoras de derechos humanos
- b. Contribuir a una mayor credibilidad social hacia su trabajo.
- c. Generación de narrativas públicas positivas sobre liderazgo social.
- d. Vinculación de actores institucionales y sociales en la promoción de la no estigmatización.
- e. El impacto se medirá mediante métricas digitales, presencia en medios, participación en eventos y encuestas de percepción pública

**HAZ COSAS
EXTRAORDINARIAS...
...ROMPE EL ESTIGMA**

TEJIDO VIVO

**CAMPAÑA DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO
CONTRA LA ESTIGMATIZACIÓN DE LA POBLACIÓN LÍDER
Y DEFENSORA DE DDHH**



**Defensoría
del Pueblo**
COLOMBIA

y la Naturaleza

