**INFORME**

**Del 01 de Enero al 23 de Noviembre del 2022**

**MEMORIA RENDICIÓN DE CUENTAS**

**NIVELES DE DESEMPEÑO EN ÁREA DE COMUNICACIONES**

**DIRECCIÓN DE ASUNTOS CIVILES, J5**

**NOVIEMBRE, 2022.**

**PRESENTACIÓN.-**

Considerando que entre los deberes y funciones de la Dirección de Asuntos Civiles del Estado Mayor Conjunto del Ministerio de Defensa (J-5), se encuentran:

1. Asesorar y asistir al alto mando militar, al Estado Mayor General y Conjunto de las Fuerzas Armadas, así como a todas las dependencias del Ministerio de Defensa en cuanto al manejo de su imagen institucional, reputación y comunicaciones estratégicas militares;
2. Elaborar, difundir y monitorear a través de sus dependencias de prensa, comunicación y medios digitales, y de asesoría especial para la gestión de crisis, las informaciones institucionales relaciones con el ámbito militar, internas y externas;
3. Servir de enlace entre las fuerzas militares y la sociedad civil, sobre todo en situaciones de emergencias, desastres de origen natural o antropogénico y crisis también en el orden mediático;
4. Contribuir en las coordinaciones de operaciones cívico-militares, en especial cuando se trata del apoyo a autoridades civiles del gobierno dominicano, para garantizar la defensa y seguridad territorial de la Nación;
5. Coordinar y apoyar misiones conjuntas con las dependencias de Asuntos Civiles, de las diferentes instituciones y dependencias militares;
6. Mantener informado al Ministro de Defensa, así como a los Oficiales del Estado Mayor General y Conjunto de las FF.AA acerca de los acontecimientos más importantes, resaltados ante la opinión pública en temas vinculados con el ámbito militar.

La Dirección de Asuntos Civiles (J5) presentan a través del siguiente informe, algunos de sus principales logros alcanzados entre el día 01 de Enero y 23 de Noviembre del 2022, tales como:

1. Coordinaciones constantes lideradas por el Director de Asuntos Civiles del Ministerio de Defensa, con sus homólogos en las fuerzas militares, cuerpos especializados y demás dependencias militares que cuenten con una estructura de Relaciones Públicas, para la ejecutoria de campañas de comunicación y evaluación de la programación de contenidos, revisión de actualizaciones y posibles mejoras.
2. Coordinaciones de campañas de información y promoción conjuntas, en función de la naturaleza, misión y recursos disponibles en cada dependencia militar.

De manera resumida en el siguiente cuadro, se visualizan algunos de los principales logros, acciones y planes en base a las estrategias, los ejes y pilares definidos acorde a las áreas misionales de las Fuerzas Armadas para el periodo 2021-2024:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ESTRATEGIAS** | **LOGRO** | **ACCIÓN** | **PLANES** |
| **Objetivo estratégico**  Fortalecimiento Institucional de la Defensa Nacional. | Conocimiento ante la opinión pública del tema verja fronteriza.  Campaña de difusión en medios institucionales (radio, redes, web, revista, boletines) y prensa externa, de trabajos especiales de las dependencias MIDE | - Desmentido de campañas de descrédito con relación al proyecto verja fronteriza.  - Reunión con periodistas Grupo Corripio para conocer detalles de la verja fronteriza.  - Coordinación de coberturas especiales en la frontera con periodistas de Al Jazeera y otras agencias de noticias, medios locales.  Reportajes especiales  Noticias  Boletines radiales  Entrevistas  Apoyo medios digitales. | Plan de producción y difusión informativa, para dar a conocer proyecto verja inteligente fronteriza.  Dar a conocer la misión de las dependencias militares, para garantizar la defensa y seguridad nacional, a través de sus protagonistas. |
| **Objetivo estratégico**  Mejorar la Calidad de Vida de los Miembros de las Fuerzas Armadas. | Campaña de apoyo sobre los beneficios del aumento salarial y mejoramiento de las condiciones de vida y de salud de militares pensionados.  Cápsulas informativas para dar a conocer beneficios de los soldados a través del ISSFFAA. | Reunión con los pensionados para conocer los detalles de los beneficios.  Difusión a través de las plataformas digitales y programa radial de los requisitos para optar por el bono vivienda. | Difusión por los medios masivos de las novedades para los retirados.  Campañas audiovisuales dirigidas a militares y asimilados interesados en adquirir el bono militar. |
| **Objetivo estratégico**  Desarrollo de Capacidades de Seguridad y Defensa Interna para el Apoyo a la Autoridad Civil. | -Apoyo mediático a las autoridades de Higuey das con las acciones de mitigación y recuperación post-desastre en zonas afectadas por FIONA. | Cobertura especial por el paso Huracán Fiona | Campaña para informar a la población del despliegue de los soldados en las zonas vulnerables. |
| **Objetivo estratégico**  Apoyo al Desarrollo Social y Económico del País a través de las Capacidades de las FF.AA. | -Recorrido por la región fronteriza para desarrollar programa cívico-cultural educativo “La Patria Nace en la Frontera”  -Pabellón de las FF.AA en la Feria Internacional del Libro Santo Domingo 2022. | -Promoción del contenido de las charlas por los medios institucionales y externos.  -Conferencias impartidas por los historiadores militares a los asistentes de la Feria Internacional del Libro.  -Exhibición de los trabajos realizados por los alumnos de las Escuelas Vocacionales de las FF.AA y la P.N. Así como presentación de revistas, libros y publicaciones militares. | - Detalles para dar a conocer los beneficios a todos los miembros retirados de las FF.AA  -Plan informativo de los acontecimientos ocurridos durante la Feria del Libro en el pabellón de las Fuerzas militares y dependencias del MIDE. |
| **Objetivo estratégico**  Gestión Institucional, Apoyo Administrativo y Desarrollo Proyectivo. | -Plan de modernización del J1  - Reuniones Ordinarias del Consejo Superior de las Fuerzas Armadas Centroamericanas CFAC  -Apoyo a la Estrategia Nacional de Ciberseguridad y Ciberdefensa. | -Publicaciones en los medios institucionales y prensa externa | -Plan de difusión del nuevo sistema de gestión de personal.  -Plan de promoción de las reuniones de la CFAC en RD.  -Reuniones, ruedas de prensa y talleres de ciberseguridad en C5i y otras dependencias de FF.AA. |

Siendo el objetivo general de los departamentos de prensa, audiovisuales y de la revista de las Fuerzas Armadas, la elaboración, difusión y monitoreo de las informaciones oficiales del Ministerio de Defensa así como de las instituciones de Fuerzas Armadas dominicanas, a través de notas de prensa y apoyo de los comunicados también desde los medios digitales, durante este periodo se ha logrado:

**En el nivel estratégico:**

1. La planificación y programación en estrecha coordinación entre estos Departamentos, los contenidos de las publicaciones difundidas en medios institucionales (web, revista y redes sociales), acorde con la intención del mando y las áreas misionales del MIDE las cuales son:

* Fortalecimiento Institucional de la Defensa Nacional
* Mejorar la calidad de vida de los miembros de las Fuerzas Armadas.
* Desarrollo de capacidades de seguridad y defensa interna para el apoyo a la autoridad civil.
* Apoyo al desarrollo social y económico del país a través de las capacidades de las Fuerzas Armadas.
* Gestión institucional, apoyo administrativo y desarrollo proyectivo.

1. Comunicación regular con los encargados de prensa de las instituciones de Fuerzas Armadas dominicanas, para elaborar estrategias de comunicación y promoción de las actividades de las dependencias militares.
2. Mantenimiento de una excelente y fluida relación con los medios de comunicación y sus representantes, considerados como aliados estratégicos del MIDE.
3. Apoyo a programas de capacitación y entrenamiento, como son los talleres especializados en Comunicación Estratégica con algunas de las Escuelas de Graduados del sistema educativo militar de las FF.AA.

**En el nivel operativo:**

1. Coordinación estratégica para la realización, publicación y monitoreo, de las informaciones relacionadas con el Ministerio de Defensa y las dependencias de FF.AA.
2. Ejecución de las convocatorias de prensa, cuando las situaciones o eventos institucionales así lo ameritaron, para así garantizar la adecuada cobertura informativa.
3. Elaboración y difusión de las notas de prensa oficiales, así como la facilitación de las fotos y/o videos de las actividades del MIDE, de manera oportuna a los medios de comunicación, para su publicación.
4. Realización de informes regulares de prensa y publicaciones del MIDE a las autoridades, para que estas se mantengan informadas y puedan tomar decisiones cuando así lo consideren.

**Rutinas logradas en el área de Comunicaciones (Prensa, Audiovisuales, Revista, Boletines) del J5:**

1. Informe diario de portadas e informaciones relacionadas con los temas de defensa y seguridad, en los principales medios de circulación nacional.
2. Elaboración y difusión diaria de la síntesis informativa digital con un resumen de las publicaciones del Ministerio de Defensa, fuerzas militares, Cuerpos Especializados de Seguridad y otras dependencias del MIDE.
3. Difusión de las informaciones institucionales más destacadas, que hayan sido publicadas en medios de comunicación MIDE (Web y RRSS), hacia los públicos internos y externos.
4. Formulación permanente de sugerencias al equipo de Audiovisuales y redes sociales del J5, links de las informaciones publicadas relativas al MIDE, que ha convenido replicar por los medios institucionales.
5. Monitoreo y facilitación al web master las informaciones institucionales de interés.
6. Cobertura constante, elaboración y difusión de contenidos digitales a través de las plataformas existentes.
7. Creación mensual del Boletín Digital así como la publicación de la Revista de las Fuerzas Armadas cada cuatro (4) meses.

**Cobertura, elaboración y difusión de información institucional rutinario sobre:**

* Actividades institucionales del MIDE / Agenda Señor Ministro.
* Contenidos especiales relacionados con las áreas misionales de las Fuerzas Armadas, aprobadas para el periodo 2020-2024 las cuales son: 1), Fortalecimiento institucional de la defensa nacional. 2) Mejorar la calidad de vida de los miembros de las Fuerzas Armadas. 3) Desarrollo de capacidades de seguridad y defensa interna para el apoyo a la autoridad civil .4) Apoyo al desarrollo social y económico del país a través de las capacidades de las Fuerzas Armadas. 5) Gestión institucional, apoyo administrativo y desarrollo proyectivo.
* Despliegue militar y recorridos de supervisión de las capacidades operativas, en especial en la frontera y otras dependencias de FF.AA).
* Graduaciones y seguimiento a capacitaciones sistema educativo militar en el nivel superior.
* Visitas distinguidas nacionales o internacionales, eventos diplomáticos, eclesiásticos, actividades sociales, legislativas o de cualquier índole que involucre al MIDE.
* Cobertura de las actividades relacionadas con efemérides patrias / fechas aniversarias, etc.

**DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUALES**

**(COMUNICACIONES DIGITALES, J-5)**

Elaboración, difusión y promoción la imagen y reputación institucional del Ministerio de Defensa y sus dependencias, a través de las redes sociales @**MDefensaRD.**

1. Mantenimiento de un canal de comunicación directa entre el Ministerio de Defensa y sus públicos (autoridades civiles y militares, público en general, ciudadanía personal administrativo y aliados estratégicos).
2. Construcción y reforzamiento de la imagen de la marca @MDefensaRD.
3. Incremento del tráfico informativo interno y externo.
4. Ganancia y conservación aliados estratégicos a través de sus fans ó seguidores de las cuentas.
5. Exposición de los esfuerzos del Ministerio de Defensa de República Dominicana en su firme compromiso institucional con la sociedad para la que sirve.
6. Sostenimiento de las redes como un canal efectivo para dar a conocer las informaciones institucionales y los intereses de las Fuerzas Armadas dominicanas.
7. Generación de un canal de comunicación o fuente de información para los públicos de la institución.
8. Contribución con el público interno y externo que se identifica con la imagen de la institución y sienten empatía y orgullo con la misma.

**ALGUNAS EVIDENCIAS PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**













