

FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
FUERZA AÉREA COLOMBIANA
DEPARTAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

COPIA No. _____ DE _____ COPIAS
COMANDO FUERZA AÉREA
BOGOTÁ, D.C.

PLAN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS 2019

REFERENCIAS.

1. Constitución Política de Colombia
2. Comité de Revisión Estratégica e innovación CRE-i VI.
3. Decreto 1008 de 14 de junio de 2018 "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital".
4. Decreto 1078 de 26 de mayo de 2015 "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones"
5. Política Integral de Comunicación Pública Estratégica para el Sector Defensa, del 03 de abril de 2013.
6. Directiva Ministerial Permanente No. 2013-6 del 02 de abril de 2013, Implementación de la estrategia de comunicaciones del sector defensa por parte de las Fuerzas Militares y la Policía Nacional.
7. Directiva Permanente No. 0118000013005, del 25 de septiembre de 2013, Manejo de la Información pública en desarrollo de operaciones especiales conjuntas.
8. Directiva Permanente No. 163, del 25 de septiembre de 2013, Manejo de la Información Pública en desarrollo de operaciones especiales conjuntas.
9. Directiva Permanente No. 019, del 10 de febrero de 2014, Lineamientos en Comunicaciones Estratégicas, aplicando las estrategias enmarcadas en el anexo "B" y "C" Objetivos estratégicos de comunicaciones.
10. Política de Defensa y Seguridad para la legalidad, el emprendimiento y la equidad. Ministerio de Defensa Nacional.

1. SITUACIÓN.

Las Comunicaciones Estratégicas, como el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos, intermedios y externos a la organización, busca construir una identidad corporativa y proyectar una buena imagen institucional.

Hoy, las comunicaciones son el arma más contundente para atacar al adversario, lograr el apoyo de la opinión pública y ganarse el corazón de la población civil.

De acuerdo con lo anterior, se requiere diseñar una estrategia que abarque la comunicación interna y externa, fortaleciendo un sistema de comunicaciones innovador, orientado a visibilizar el esfuerzo operacional y la cooperación al desarrollo por parte de la Fuerza Aérea, teniendo como base la misión y la visión como el horizonte a seguir y que finalmente contribuya a mantener la imagen y la legitimidad institucional.

2. MISIÓN.

Adaptar la estrategia militar y las capacidades distintivas de la Fuerza Aérea Colombiana, realizando una revisión holística de las comunicaciones estratégicas para proponer cursos de acción disruptivos, con la innovación como prerrequisito para cumplir la misión constitucionalmente asignada.

3. VISIÓN

Consolidar las Comunicaciones Estratégicas con la mejor infraestructura soportada en un talento humano capacitado y con tecnología de vanguardia, que permita brindar a los diferentes públicos audiencia una información veraz en tiempo real.

4. OBJETIVOS

a. Objetivo General

Fortalecer y mantener la legitimidad institucional.

b. Objetivos Específicos

- 1) Transversalizar el proceso de comunicaciones estratégicas que visibilice el esfuerzo operacional y la cooperación al desarrollo de la Fuerza Aérea, a través de fortalecer el relacionamiento estratégico con medios de comunicación y con los medios institucionales difundiendo la información de interés.
- 2) Fortalecer la comunicación interna que vincule asertivamente a los diferentes públicos internos con el mensaje institucional.
- 3) Gestionar la Doctrina de Comunicaciones Estratégicas y de Imagen e identidad corporativa.
- 4) Fortalecer el Proceso de Comunicaciones Estratégicas con personal, capacitación y equipos de última tecnología.
- 5) Posicionar, consolidar y fortalecer los medios de comunicación institucionales como fuente oficial de información, que cuenten con contenidos de alta calidad, impecable presentación y

máxima difusión entre los comunicadores clave, los sectores de defensa y del Gobierno Nacional con el fin de registrar oportunamente cada una de las actividades que cumplen los hombres y mujeres que hacen parte de la Fuerza Aérea Colombiana.

5. ESTRATEGIA

La estrategia consiste en dirigir los esfuerzos hacia la consolidación del sistema de comunicaciones estratégicas de la Fuerza Aérea Colombiana, basada en una doctrina de Comunicaciones e Identidad Corporativa, teniendo en cuenta que se requiere visibilizar el esfuerzo operacional y la cooperación al desarrollo, protegiendo la imagen y legitimidad institucional, integrando las capacidades comunicativas internas y externas de la Fuerza, con el propósito de fortalecer la legitimidad e imagen institucional a nivel local, regional, nacional e internacional.

Es importante analizar y difundir mensajes diferenciales a públicos específicos, utilizando las nuevas herramientas tecnológicas de la comunicación, que visibilicen el esfuerzo operacional de la Fuerza en los diferentes escenarios y contra los Grupos Armados Organizados y fenómenos de criminalidad, publicando permanentemente resultados operacionales, informes y noticias positivas en medios propios y con alianzas en otros medios contribuyendo a elevar los índices de percepción de seguridad en el territorio nacional; así como proyectando la Fuerza a nivel internacional.

1) Transversalizar el proceso de comunicaciones estratégicas que visibilice el esfuerzo operacional y la cooperación al desarrollo de la Fuerza Aérea, a través de fortalecer el relacionamiento estratégico con medios de comunicación y con los medios Institucionales difundiendo la información de interés.

Propósito:

Articular las comunicaciones estratégicas como un sistema transversal para el cumplimiento de la misión.

Tareas:

1. Visibilizar el esfuerzo operacional de la Fuerza Aérea

Instrucciones:

- a. Publicar permanentemente los resultados operacionales, informes y noticias positivas en alianzas con otros medios y en los medios propios, contribuyendo a elevar los índices de percepción de seguridad.
- b. Desarrollar informes especiales con estadísticas operacionales y noticias de interés.

- c. Mantener un canal de comunicación permanente con el Comando de Operaciones Aéreas que permita conocer en tiempo real la participación de la Fuerza en las diferentes operaciones, para garantizar el flujo oportuno de la información.

2. Difundir la gestión y actividades de cooperación al desarrollo en el escenario nacional e internacional.

Instrucciones:

- a. Proyectar historias de vida que exalten el trabajo que se hace en materia de Acción Integral.
- b. Construir narrativas sociales desde la ciudadanía para su publicación, que validen la labor y el esfuerzo de la Fuerza. (alianzas, JAD, Proyectos Productivos, Asistencia Humanitaria, extinción de incendios, entre otros).

3. Fortalecer el mensaje institucional desde los diferentes sectores y con líderes influyentes en la opinión pública, con el propósito de impactar en el público local, regional, nacional e internacional.

Instrucciones:

- a. Establecer alianzas con influenciadores en medios tradicionales y digitales.
- b. Realizar un acercamiento con líderes de opinión de diferentes sectores, con el fin de que conozcan la labor que cumple la Fuerza y evitar al máximo errores en la información que publican sobre la Institución.
- c. Generar mensajes a nivel estratégico para ser difundidos a nivel internacional por intermedio de los Agregados Aéreos.

4. Aprovechar los altos niveles de favorabilidad y la cohesión con los medios de comunicación tradicionales y alternativos, para replicar la información de interés institucional en los diferentes públicos.

Instrucciones:

- a. Visibilizar las actividades de alto impacto de COFAC, incrementando la presencia y participación en los medios.
- b. Los comandantes de las unidades Militares Aéreas y Directores de Escuelas de Formación deberán participar activamente en los medios de comunicación local, regional y nacional (mínimo 1 vez al mes)

- c. Generar contenidos informativos permanentes y oportunos de interés periodístico, suministrando información a los medios de comunicación.
 - d. Realizar reuniones periódicas a través de los voceros con los periodistas, para generar confianza y relacionamiento mediático.
 - e. Diseñar un plan de relacionamiento y acercamiento con los representantes de los medios de comunicación.
 - f. Realizar un protocolo de medios de comunicación de mayor impacto, caracterizándolos por tipo, ubicación, línea editorial y audiencia.
 - g. Cada vez que COFAC visite una UMA, elaborar un plan de medios con todas las fuentes regionales; construyendo temáticas claves propias del lugar y el momento.
 - h. Gestionar la información de contenidos de las distintas Jefaturas y dependencias, que sea de interés externo para visibilizar los logros de la Fuerza. (Gestores de Comunicación).
 - i. Establecer un canal de comunicación permanente con el Comando de Operaciones Aéreas que permita conocer de primera mano todas las operaciones que realiza la Fuerza, tanto las relacionadas como las no relacionadas con la guerra, con el fin de ser difundidas en los medios institucionales y en los externos.
 - j. Visibilizar en los medios de comunicación los daños causados por la amenaza (medio ambiente, infraestructura, económico y social)
5. Coordinar alianzas estratégicas con los homólogos y enlaces de comunicaciones de las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales.

Instrucciones:

- a. Definir agenda de medios con temas de interés institucional.
- b. Facilitar espacios de participación en los medios institucionales, privados y públicos.

2) Fortalecer la comunicación organizacional que vincule asertivamente a los diferentes públicos internos con el mensaje institucional.

Propósito

Mantener comunicado constantemente a los miembros de la Fuerza Aérea sobre la gestión y el cumplimiento de la misión, enviando información que mantenga la moral y el compromiso y arraigo institucional, exaltando las virtudes militares.

Tareas:

- 1 Generar y promover mensajes dirigidos al personal de la Fuerza Aérea que fortalezcan la cultura e identidad institucional, reforzando el sentido de pertenencia de los integrantes de la Fuerza a través de Campañas.
- 2 Diseñar estrategias sobre el uso responsable de medios digitales con el fin de preservar la integridad de la imagen institucional, sensibilizando a los integrantes de la Fuerza sobre el correcto uso de las redes sociales personales e institucionales.
- 3 Gestionar la información de contenidos de las distintas Jefaturas y dependencias, dirigidos al cliente interno para visibilizar los logros Institucionales por intermedio de los Gestores de Comunicación.
- 4 Coordinar la difusión de contenidos a través del canal de comunicación más adecuado, según los intereses y necesidades de la institución.
- 5 Evaluar el nivel de aceptación de la información y canales de comunicación de interna a través de la aplicación de la encuesta de comunicación interna.
- 6 Posicionar a la intranet como el canal de comunicación interna de difusión oportuna y oficial de la Fuerza.
- 7 Fortalecer el sistema de comunicación digital, que permita mayor cubrimiento para difundir la información más relevante de la Fuerza a través de esta herramienta tecnológica.

3) Gestionar la Doctrina de Comunicaciones Estratégicas y de Imagen e identidad corporativa.

Propósito

Generar el Manual de Comunicaciones Estratégicas y de Imagen e Identidad Corporativa de la Fuerza Aérea Colombiana para unificar criterios en el diseño y la elaboración del mensaje interno y externo.

Tareas:

1. Elaborar el Manual de Comunicaciones Estratégicas que establezca todos los lineamientos y directrices tanto de la imagen corporativa como los estándares para la producción de comunicaciones escritas, visuales, auditivas y audiovisuales con una unidad de mensaje.
2. Crear una marca con alto grado de reconocimiento para el público externo, como para el público interno donde se vean reflejados los valores inherentes a la Fuerza Aérea Colombiana; estandarizando la línea de mensaje.

4) Fortalecer el Proceso de Comunicaciones Estratégicas con personal, capacitación y equipos de última tecnología.

Propósito

Teniendo en cuenta la importancia de las Comunicaciones Estratégicas en la Institución, se requiere que el talento humano que conforma las áreas relacionadas con la gestión de la comunicación y que participa en los procesos correspondientes con la imagen de la Fuerza; debe estar calificado y capacitado para desempeñar apropiadamente su rol y para administrar dichos medios; y contar con las herramientas necesarias para cumplir de manera idónea con la misión.

Tareas:

1. Establecer un plan de choque 2019-2030 que permita el ingreso anual de dos comunicadores sociales y dos tecnólogos o técnicos en periodismo, medios audiovisuales y/o carreras afines, para nivelar el déficit de personal que tiene la Fuerza en COFAC y en las Unidades Aéreas.
2. Establecer un plan de capacitación al personal de Comunicaciones Estratégicas, que permita mantenerlo actualizado y con conocimientos renovados para estar a la vanguardia en materia de comunicación y la preparación para liderar los diferentes medios de la Fuerza.
3. Desarrollar la estructuración de la proyección de carrera de los Oficiales y Suboficiales de las oficinas de comunicaciones estratégicas, identificando los perfiles y profesiones de las áreas afines, trasladando, capacitando e incorporando al personal idóneo multidisciplinario para el cumplimiento del presente plan.
4. Se requiere que los comunicadores sociales, periodistas, productores, publicistas, diseñadores gráficos, camarógrafos, locutores y carreras afines; se

desempeñen en cargos y funciones de las oficinas de comunicaciones estratégicas, con el propósito de fortalecer la gestión comunicacional en la Fuerza Aérea para visibilizar el esfuerzo operacional y de apoyo al desarrollo.

5. Vincular al equipo de Comunicaciones Estratégicas, en el cubrimiento de los diferentes Ejercicios Internacionales en los que participe la Fuerza, así como apoyos a otros países en situaciones de emergencia y calamidad, entre otros con el fin de garantizar registro periodístico coadyuvando a la memoria histórica de la Institución.
6. En las Escuelas de Formación establecer una Cátedra enfocada a preparar a los futuros Oficiales y Suboficiales en la aplicación de las herramientas de comunicación.

5) Posicionar, consolidar y fortalecer los medios de comunicación institucionales como fuente de información, que cuenta con contenidos de alta calidad, impecable presentación y máxima difusión entre los comunicadores clave, los sectores de defensa y el Gobierno Nacional con el fin de registrar oportunamente cada una de las actividades que cumplen los hombres y mujeres que hacen parte de la Fuerza Aérea Colombiana.

Propósito

Los medios de comunicación institucional desempeñan una labor informativa para los públicos internos y externos, sin embargo el esfuerzo debe ser sostenido para incrementar audiencias y credibilidad, siendo fundamental la inmediatez, bajo la responsabilidad de que dicha información es el registro de la memoria histórica y la voz oficial de la Institución.

Tareas:

1. Establecer una estrategia de difusión tradicional y digital de todos los productos audiovisuales, en canales nacionales y regionales de televisión pública gratuita, así el canal oficial de YouTube. esto con el fin de generar tendencias desde esta red social y tráfico hacia la Institución.
2. La página www.fac.mil.co y todos sus subsitios deben mantenerse actualizados permanentemente consecuencia de la demanda cambiante de datos por parte de las audiencias.
3. La emisora Al Aire www.emisorafuerzaaerea.mil.co así como las frecuencias en FM de CACOM 1 y GAORI, deben mantenerse en audiencias y consolidarse a través de los nuevos formatos (podcast).
4. La Revista Aeronáutica requiere de un esfuerzo sostenido diario para potencializar en cada uno de los clientes internos y externos de la publicación, el registro de los hechos históricos acaecidos en las UMA.

INSTRUCCIONES:

- La directriz de contar con espacios para niños y las audiencias de interés del programa, se debe incrementar la sección "A Volar Kids" en donde los protagonistas son los niños, cuya aparición debe ser equitativa en todas las UMAs.
- El tráfico digital se direcciona desde las redes sociales de la Fuerza, por lo que la calidad en los contenidos, imágenes y el lenguaje apropiado, logrará consolidar a la página en seguidores y consultas permanentes.
- La radio por internet en la actualidad tiene una potencial cobertura mundial, con los 100 años de la Institución es el momento propicio para producir iniciativas que se difundirán también por la radio irradiada de las unidades.
- Los textos de la REAFA deben abarcar variedad de géneros periodísticos y excelentes fotografías, para llevar la publicación a niveles de circulación importantes en la opinión pública, sus aliados y anunciantes, quienes se convierten en terceros validadores de la Institución.

auténtica,

Coronel MAYERLIN GALINDO LULIGO
Jefe Departamento Estratégico de Comunicaciones

