



**TRABAJO FINAL PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y  
ASUNTOS PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES PARA MEJORAR LA PREPARACIÓN ANTE  
DESASTRES NATURALES**

**ALUMNOS: FELIPE GIANONI JORQUERA**

**DIEGO PÉREZ DE CASTRO**

**AGOSTO DE 2023**

**PROFESOR GUÍA**

**LUIS SANTANA**

## Contenido

<b>RESUMEN</b> .....	<b>4</b>
<b>I.INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>II.OBJETIVOS</b> .....	<b>7</b>
II.1.-Objetivos generales .....	7
II.2.-Objetivos específicos .....	7
<b>III.- METODOLOGÍA DEL TRABAJO</b> .....	<b>8</b>
<b>IV.- MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>9</b>
IV.1.- Situación de los desastres socionaturales en Chile .....	9
IV.2.- Marco legal: el nacimiento del Senapred.....	10
IV.3.- Gestión del Riesgo de Desastres.....	12
IV.4.- Marco conceptual desde las comunicaciones.....	14
IV.5.- Gestión y orgánica del Sinapred en la preparación.....	15
IV.6.- Sobre las comunicaciones .....	16
<b>V.- DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>18</b>
V.1.- Diagnóstico de imagen .....	18
V.1.a.- Campañas de incendios forestales. El caso de Conaf .....	18
V.1.b.- Campaña de incendios forestales. El caso de SENAPRED .....	20
V.1.c.- Hallazgos entre ambas campañas .....	22
V.1.d.- Productos comunicacionales existentes en los organismos del Sinapred .....	23
V.2.- Análisis de prensa .....	26
V.2.a.- Hallazgos .....	26
V.3.- Diagnóstico de expertos y ex autoridades .....	28
V.3.a- Medios de comunicación .....	31
V.3.b.- Caminos de solución .....	32
V.4.- Síntesis de hallazgos .....	33
<b>VI.- ANÁLISIS DE ENTORNO</b> .....	<b>35</b>
VI.1- Análisis PESTEL .....	35
VI.2- Análisis FODA .....	36
<b>VII.- DISEÑO ESTRATÉGICO</b> .....	<b>38</b>
VII.1.-Etapas del diseño estratégico de comunicaciones. ....	40
VII.2.- Carta Gantt y presupuesto .....	52
<b>VII.- BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>53</b>
<b>VIII.- ANEXO</b> .....	<b>56</b>

## RESUMEN

Los desastres socionaturales son fenómenos graves y cada vez más recurrentes, que afectan a las sociedades, y particularmente a países como Chile, cuya ubicación geográfica es propicia para la existencia de diferentes amenazas.

Tras diferentes lecciones aprendidas, como las consecuencias que dejó el terremoto del 27 de febrero de 2010, es relevar la importancia de la “Preparación”, no sólo como concepto, sino también como premisa fundamental de gestión de los organismos responsables de las emergencias, cuyo objetivo es salvar vidas y proteger los bienes.

El presente trabajo identificó que en Chile existen instituciones muy heterogéneas en cuanto a su cultura y jerarquía administrativa, quienes sí poseen información y elementos comunicacionales para generar acciones, campañas y productos de prevención y preparación. Sin embargo, nuestro país sigue siendo altamente reactivo, tanto en la gestión de la emergencia, como en sus comunicaciones. A ello se suma que los medios de comunicación, cuyo rol es fundamental antes, durante y después de un desastre, sólo se activan y muestran interés en la etapa de respuesta, es decir, tras la ocurrencia de un evento.

En resumen, una etapa tal relevante como la “Preparación” no tiene un diseño estratégico de comunicaciones que permita mejorar la cultura preventiva y de autocuidado de la ciudadanía. Por ello creamos una estrategia que, primero, sitúe a dicha etapa como una fase de primera relevancia, política, social y económica; y segundo, cree y visibilice acciones, relatos, actores y productos estandarizados y homogeneizados.

De esta manera, la ciudadanía podrá acceder y visualizar la importancia de prepararse ante amenazas como incendios forestales, terremotos, tsunamis, lluvias extremas, aluviones, erupciones volcánicas, entre otras; antes de que ellas ocurran y no tengamos que apelar siempre a la solidaridad de nuestro país cada vez que una tragedia nos sacude. Nuestra consigna “Chile Preparado” debe instalarse como un nuevo paradigma, que promueva una nueva cultura de prevención para las chilenas y chilenos.