



**1.**  
**INTRODUCCIÓN**

En septiembre de 2016, tras el primer “pulso volcánico” que presentó el volcán Nevados de Chillán -después de 15 años inactivo-, el Servicio Nacional de Geología y Minería de Chile (SERNAGEOMIN) se dio cuenta que los ciudadanos de Chillán carecían de la información necesaria para saber cómo debían reaccionar frente a una eventual erupción (Bacigalupe, Velasco Martín, Rosenberg y Berríos, 2016). Frente a esta situación decidió realizar algo completamente nuevo con una comunidad local: capacitar a un grupo de ciudadanos para difundir información en medios sociales. Mediante la creación de dos grupos de WhatsApp que incluían a Bomberos, Carabineros, el Observatorio Volcanológico de Los Andes del Sur (OVDAS) y a los civiles, se pusieron como objetivo dotar de información sobre el estado de alerta amarilla del volcán, gracias al intercambio mutuo de mensajes e imágenes que confirmaban el evento, lo que le permitiría a la población saber cómo actuar en caso de activarse el volcán.

Paralelamente, OVDAS y SERNAGEOMIN se comunicaron por otro grupo de WhatsApp donde se enviaban los reportes oficiales antes de difundirlos al público. Toda la información recibida en el grupo fue también divulgada por los ciudadanos en otros canales como Twitter, lo que aumentó el alcance de la información sobre los eventos.

El sistema de coordinación propuesto por SERNAGEOMIN fue eficiente al permitir que la comunidad actuara de manera activa frente a una amenaza, donde gracias a una interacción bidireccional se pudo recaudar información más específica y valiosa desde la experiencia personal.

Esto fue un caso de éxito y quedó demostrado que si se logra información oportuna por parte de las autoridades y un correcto uso del contenido por parte de los usuarios, los medios sociales pueden ser de gran utilidad para prevenir y lograr el bienestar de los ciudadanos ante eventos de emergencias o desastres medioambientales.

## ¿Por qué hacer un manual sobre el uso de Medios Sociales durante desastres y emergencias?

En la actualidad es necesario entender que las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) han logrado posicionarse como una herramienta fundamental en la vida de las personas, tanto en un ámbito privado al comunicarse con sus pares, como en uno más cotidiano de acuerdo a sus necesidades más cercanas (salud, participación ciudadana, educación, etc.). Esto también ha provocado que las relaciones entre ciudadanos con las instituciones y autoridades del país se vean afectadas y, de cierta manera, obligadas a integrar estas tecnologías en sus servicios. Actualmente, el 64,5% de la población chilena utiliza medios sociales como principal actividad de Internet, y un 34,2% genera contenido propio y lo sube a los medios sociales (Ipsos Chile, 2016). Es más, el 42% de la población dice informarse por esta vía, el doble de aquellos que lo hacen en un diario, ya sea en su versión impresa o digital (Encuesta Bicentenario, 2016).

Y es en este escenario que la comunicación entre ciudadanos e instituciones ha tenido un cambio fundamental, por lo que se hace necesario comprender y adaptarse a una nueva realidad. Porque la gran cantidad de información que circula a través de Internet en general y los medios

sociales en particular, no solo puede ser un gran aliado para las autoridades y empresas privadas que prestan servicios básicos o críticos si se utilizan de forma positiva, sino que también puede transformarse en un gran problema sin una gestión adecuada, como lo muestran los diversos casos de proliferación de noticias falsas.

En el caso de Chile, parte de estas necesidades de interacción y comunicación están asociadas a las situaciones de desastres de origen natural y emergencias, por lo que es un ámbito de constante preocupación el dar respuesta a estas necesidades y disminuir las consecuencias indeseadas.

“Chile es un país expuesto de manera permanente a amenazas de origen tanto natural como antrópico, las que se han desencadenado en un sinnúmero de desastres de distinta índole, por lo que, siguiendo las tendencias globales con respecto a la temática, la gestión integral del riesgo de desastres se ha ido instaurando cada vez más como una prioridad a nivel nacional” (ONEMI, 2014). En los últimos 3 años, en Chile se han producido 30 desastres de origen natural categorizados como emergencias significativas, lo que equivale al 43% del total de desastres importantes ocurridos desde 1960 (La Tercera,

2017).

En este sentido, lo que busca este manual es presentar distintos aspectos relacionados con el manejo de desastres a través del uso de medios sociales. Por un lado, pretende entregar un modelo que incluya la colaboración activa de usuarios de medios sociales, y por otro, una gestión desde las autoridades para que pueda utilizarse de forma efectiva la información que deriva las interacciones sociales. Para esto es necesario comprender el potencial de dichas herramientas —como la inmediatez de la información, la participación ciudadana y la disminución de la incertidumbre—, pero también conocer potenciales riesgos que existen al estar en un ambiente con grandes flujos de información, que además son dependientes netamente de los soportes tecnológicos.

El aprendizaje que se ha tenido con experiencias previas a nivel nacional y mundial, más los avances que se han adquirido por parte de las autoridades y los encargados del manejo de plataformas sociales digitales, han demostrado que esta nueva forma de comunicación en la gestión de desastres no es solo una realidad que no se puede ignorar, sino que debiera transformarse en una oportunidad para sacar provecho en situaciones de tan alta vulnerabilidad.

## Conceptos importantes

>

**Desastre:** Son alteraciones intensas en las personas, los bienes, los servicios y el medio ambiente causadas por

un suceso natural o provocadas por la actividad humana, que sobrepasan la capacidad de respuesta de la comunidad afectada, por lo que requieren apoyo externo (Gálvez Rivero, s.f.). Estos corresponden a eventos como terremotos, sequías, inundaciones, erupciones volcánicas, incendios urbanos y forestales, accidentes químicos, aludes, entre otros, los cuales generan una serie de repercusiones tanto a corto como largo plazo (ONEMI, 2002).

>

**Emergencia:** Son hechos imprevistos con consecuencias indeseables y que generalmente requieren respuesta inmediata (Villalibre, 2013). A diferencia de los desastres, estos son eventos adversos en los cuales la comunidad afectada está en la capacidad de controlarlas por sus propios medios (Gálvez Rivero, s.f.).

>

**Amenaza:** Factor externo representado por la potencial ocurrencia de un suceso de origen natural o provocado por la actividad humana, que puede provocar daños en un lugar específico, con una determinada intensidad y duración. Por ejemplo, una bomba de combustible puede ocasionar un incendio, un río una inundación por desbordamiento, una falla geológica puede provocar un terremoto o tsunami (Gálvez Rivero, s.f.).

>

**Medios sociales:** Son aquellos sitios y plataformas en donde se llevan a cabo las interacciones sociales, tales como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram o WhatsApp entre otros,

y a las cuales se puede acceder desde cualquier dispositivo que tenga conexión a Internet. Los medios sociales se caracterizan por ser canales donde los usuarios interactúan a través de contenido generado por ellos, según su propia red de contactos, que se puede categorizar y evaluar (Lindsay, 2011).



**Redes Sociales:** A diferencia de los medios sociales, las redes sociales son el resultado que se produce a partir de la interacción entre dos o más individuos en la plataforma o medio social. Se basa en una interacción bidireccional donde los individuos intercambian intereses, pensamientos o gustos en común sin la necesidad de conocerse físicamente. A partir de esto, se genera una retroalimentación la cual permite que exista una red comunicativa entre los usuarios (López, 2013).



**Smartphone:** Un teléfono inteligente es un teléfono celular móvil que cuenta con funciones similares a las de una computadora, donde además de las características básicas como realizar llamadas y mandar mensajes de texto, destacan la capacidad de conectarse a Internet a través de una red de Wifi o 3G, de visualizar contenido multimedia y de poseer una pantalla táctil (Pérez Porto y Merino, 2016). Este dispositivo permite además revisar el correo electrónico, comunicarse de manera directa y gratuita a través de aplicaciones como Facebook o Whatsapp, tener acceso a la mayoría de la información disponible en Internet y realizar compras online.



**Crowdsourcing:** El término Crowdsourcing (en inglés) se creó a partir de la unión de dos conceptos. El primero es crowd, que significa multitud, y el segundo es outsourcing, que significa “externalización de recursos” (Pérez Porto, 2017). A partir de la unión de ambos conceptos, el crowdsourcing se refiere a una colaboración masiva por parte de un grupo de personas voluntarias que aportan sus ideas y contenido para el desarrollo de un determinado proyecto. Funciona como una convocatoria abierta y se realiza de manera online en vez de solicitar ayuda a empleados o proveedores tradicionales (Merriam-webster, 2017).



**Nube:** La llamada “nube” o cloud (en inglés) se trata de un servicio que funciona a través de Internet y que consiste en guardar todo tipo de información en servidores para que el usuario pueda disponer del contenido sin importar el lugar ni la hora de acceso (Cloud Magna, 2015). Se puede definir como una tendencia de software, donde todos los servicios prestados al computador o teléfono se realizan directamente desde Internet, lo que evita tener que instalar una gran cantidad de programas y archivos que demandan espacio en el dispositivo (Culturación, 2012). La única condición para acceder la nube es que se debe estar necesariamente conectado a Internet. En el caso de los medios sociales, cada sitio como Facebook o Twitter cuenta con sus propios servidores por lo que, cuando el usuario comparte contenido en estos sitios, queda almacenado y puede ser visualizado por los usuarios de la misma pla-

- taforma desde diferentes lugares.

**Community Manager (CM):** Es el profesional de una empresa responsable de crear, construir y monitorear la comunidad online entorno a su marca en Internet. Además de tener conocimiento sobre el uso de medios sociales, el CM requiere la habilidad de crear contenido original y atractivo para mantener y fortalecer relaciones estables con sus clientes (IEBS, 2017). Una de sus funciones más relevantes es monitorear las publicaciones relacionadas al sector de su empresa, para ser capaz de detectar oportunidades y amenazas, como también detectar aquel contenido valioso que su público objetivo desea recibir. Además, debe evaluar la popularidad de sus propias publicaciones para analizar su aceptación por parte de los usuarios (IEBS, 2017).