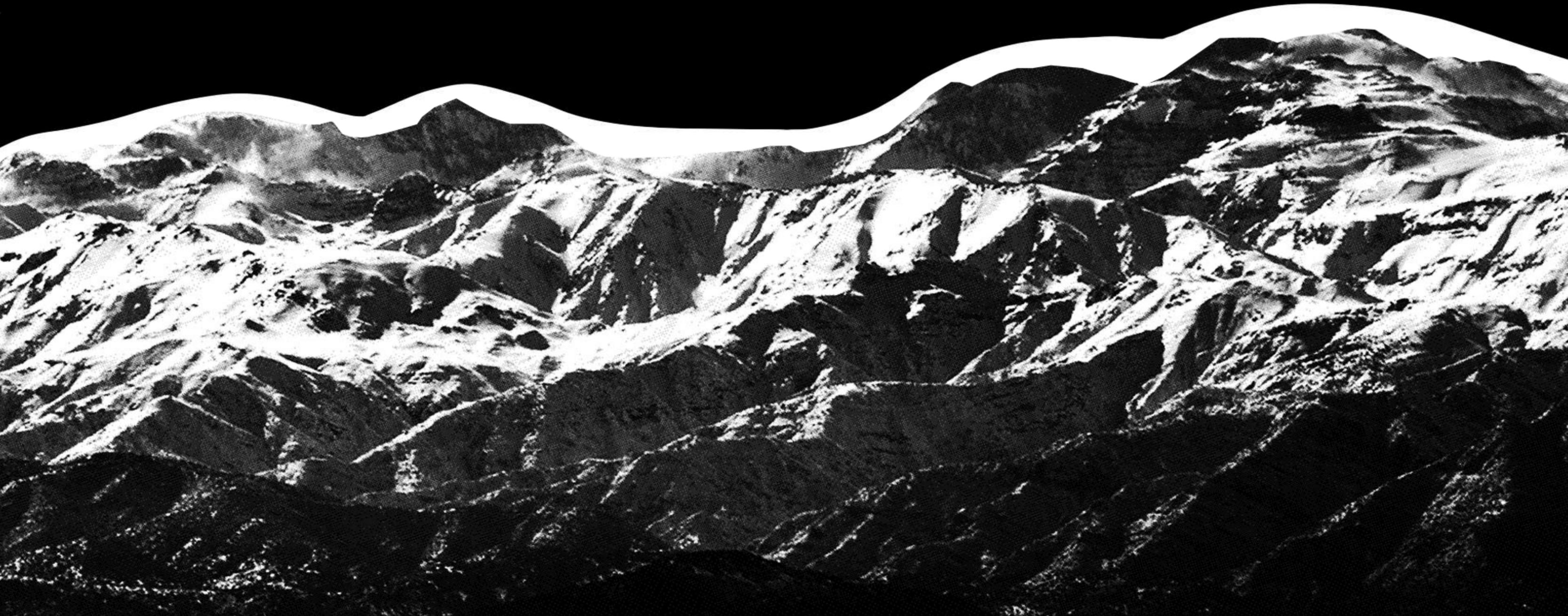


ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Complejo Los Libertadores



Contexto Comunicacional

Medios tradicionales Televisión Y Radio

Televisión (Canales)

2 Valle Televisión
4 Mega
5 TV+ (VTR)
6 Chilevisión
7 Frecuencia 7 (VTR)
8 Canal 13
10 TVN
12 La Red

Señal digital

8.1 Canal 13 HD
8.2 13.2
25.1 Valle Televisión
25.2 TV Costa



TV

Radioemisoras

FM

88.1 MHz Radio Contagiosa
[88.5 MHz Radio Superandina](#)
89.3 MHz FM Dos
90.1 MHz Radio Pudahuel
90.7 MHz Radio Azúcar
91.7 MHz Radio Aconcagua
92.7 MHz Inicia Radio
93.3 MHz Radio Cooperativa
93.9 MHz Raudal FM
95.1 MHz Líder FM
[95.7 MHz FM Kayros](#)
96.1 MHz Radio Corporación
96.9 MHz ADN Radio Chile
97.5 MHz Radio Contemporánea
97.9 MHz Estilo FM
98.3 MHz Radio Carnaval
98.7 MHz Beat FM



[99.5 MHz Radio Buena Onda](#)

100.3 MHz Estilo FM

100.9 MHz Preludio Radio

[101.3 MHz FM Okey](#)

102.3 MHz Radio Agricultura

102.7 MHz El Conquistador FM

103.1 MHz Radio Lovely

103.5 MHz Radio Bío-Bío

[104.3 MHz Radio Azul](#)

105.1 MHz Digital FM

105.7 MHz Radio Encuentro FM

106.5 MHz Radio Crystal

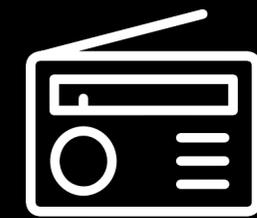
107.9 MHz Radio Comunitaria
Fátima

AM

[1500 kHz Radio Trasandina](#)

1550 kHz Radio Provincial

1590 kHz Radio Aconcagua



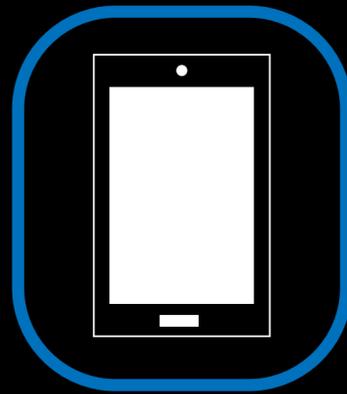
AM

Contexto Comunicacional

Conectividad (internet) de la zona-Región Valparaíso

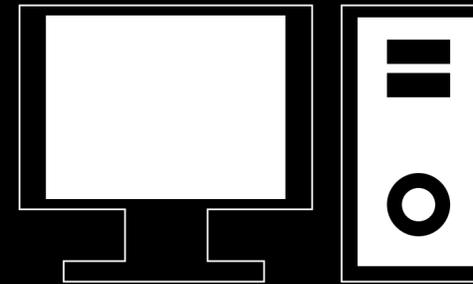
En Valparaíso, en 2016, **555.622** personas tuvieron acceso a internet.

De éstas, **335.303** accedió a internet por medio de un teléfono móvil, **222.167** mediante un computador portátil, y **197.612** a través de un computador de escritorio.



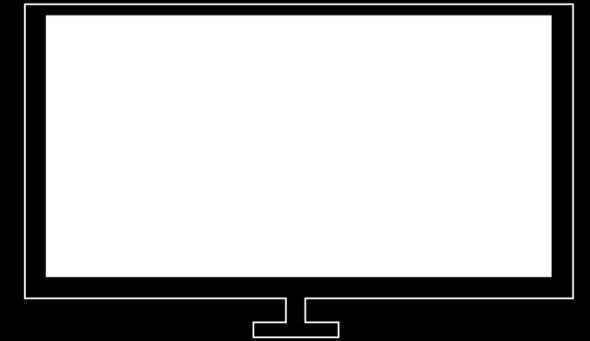
Accedió usando

60,3



Accedió usando

35,6



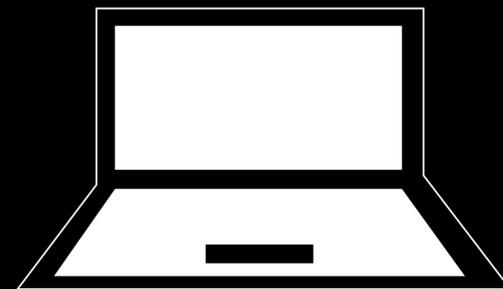
Accedió usando

12,1

-556 mil ACCESO A INTERNET en Valparaíso - 2016

-335 mil USA PANTALLAS PEQUEÑAS para acceder a Internet

-67 mil USA NAVEGADORES DE INTERNET NO CONVENCIONALES en Smart TVs o Consolas de juegos



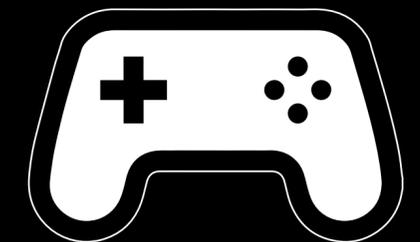
Accedió usando

40,0



Accedió usando

17,9



Accedió usando

8,7

Contexto Comunicacional

Análisis de conectividad y accesibilidad

Revista Geográfica de Valparaíso 2019

Ciudad	índice Asociado	Clases de accesibilidad
Santa María	1	BUENA
San Felipe	2	
Rinconada	2	
Putendo	2	
Cabildo	3	REGULAR
Pretorca	3	
Panquehue	3	
La Ligua	4	
Catemu	4	
Llay Llay	4	
Calle Larga	4	
Los Andes	4	
San Esteban	4	
Zapallar	5	MALA
Papudo	6	

Ciudad	índice de Shimel
Putendo	30
San Felipe	30
Panquehue	34
Cabildo	34
Santa María	36
Rinconada	38
La Ligua	44
Catemu	45
Llay Llay	46
Calle Larga	47
Los Andes	48
San Esteban	48
Petrorca	48
Zapallar	56
Papudo	57

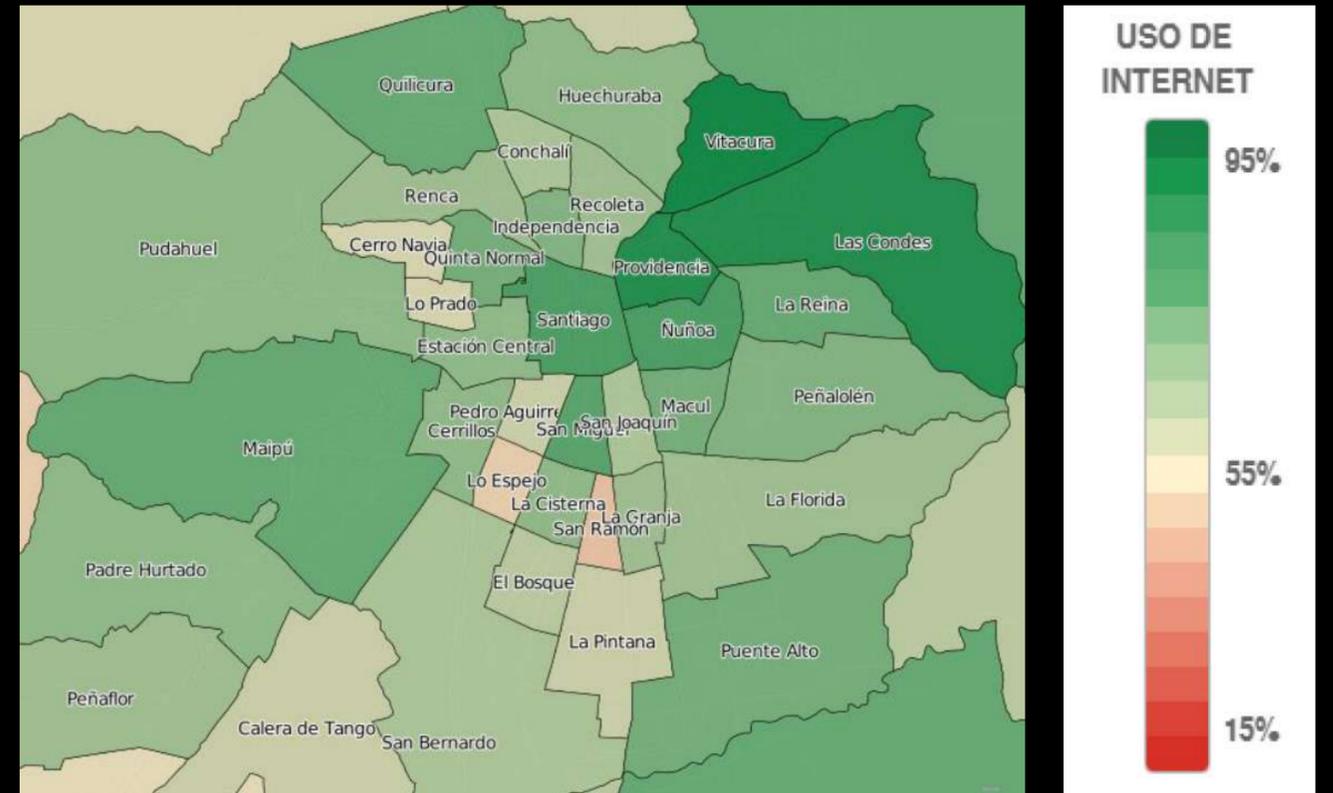
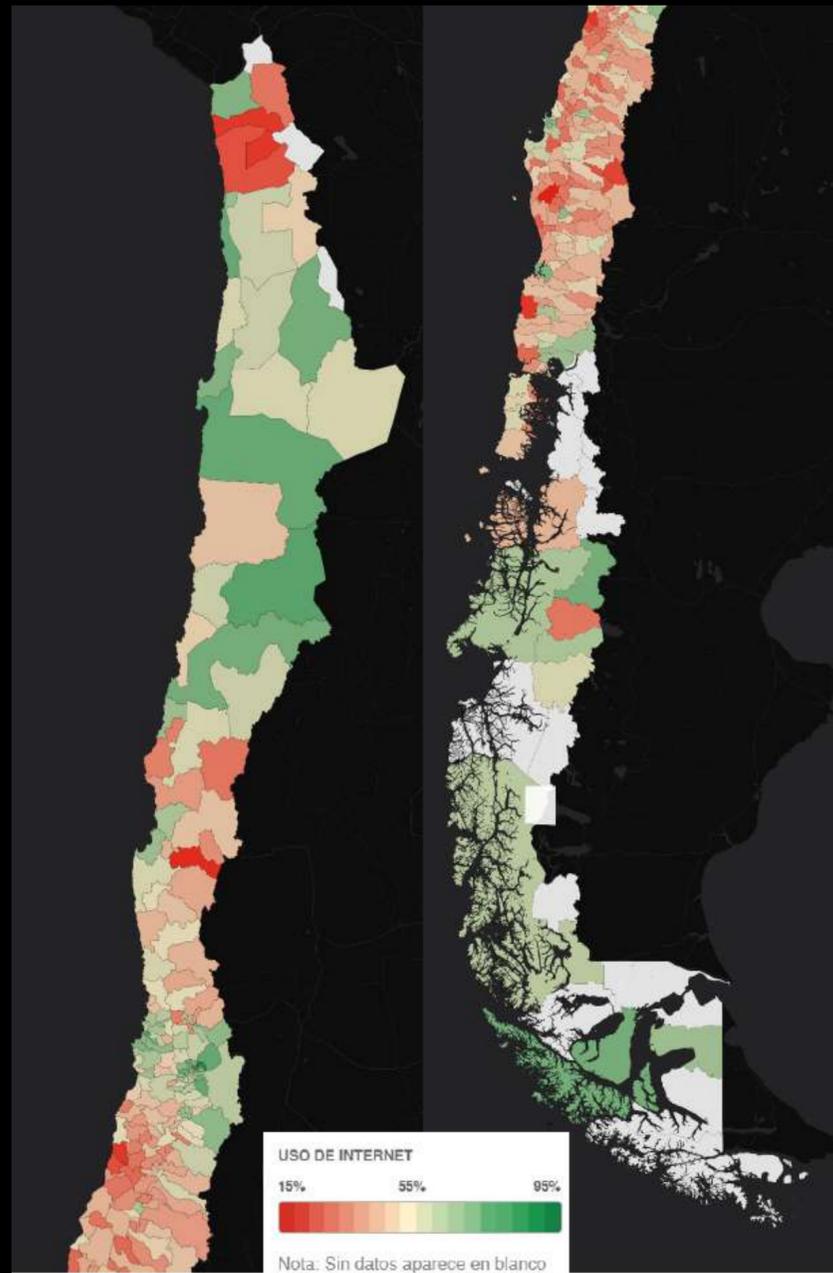
**La solución fue proporcionada por Padtec para el proyecto "Humboldt" sobre la desafiante geografía. Garantizan alta capacidad de tráfico entre Argentina y Chile.*

Más allá de potenciar una oferta de conectividad regional hasta hoy inexistente, lo relevante será también para el sector del turismo de los dos países, aumentará la agilidad en la respuesta a eventos naturales y reforzará el soporte a los sistemas de control de inmigración a ambos lados de la frontera. (29/03/2019)

Contexto Comunicacional

Uso de internet en Chile La otra brecha que nos divide-2017

Fundación País Digital

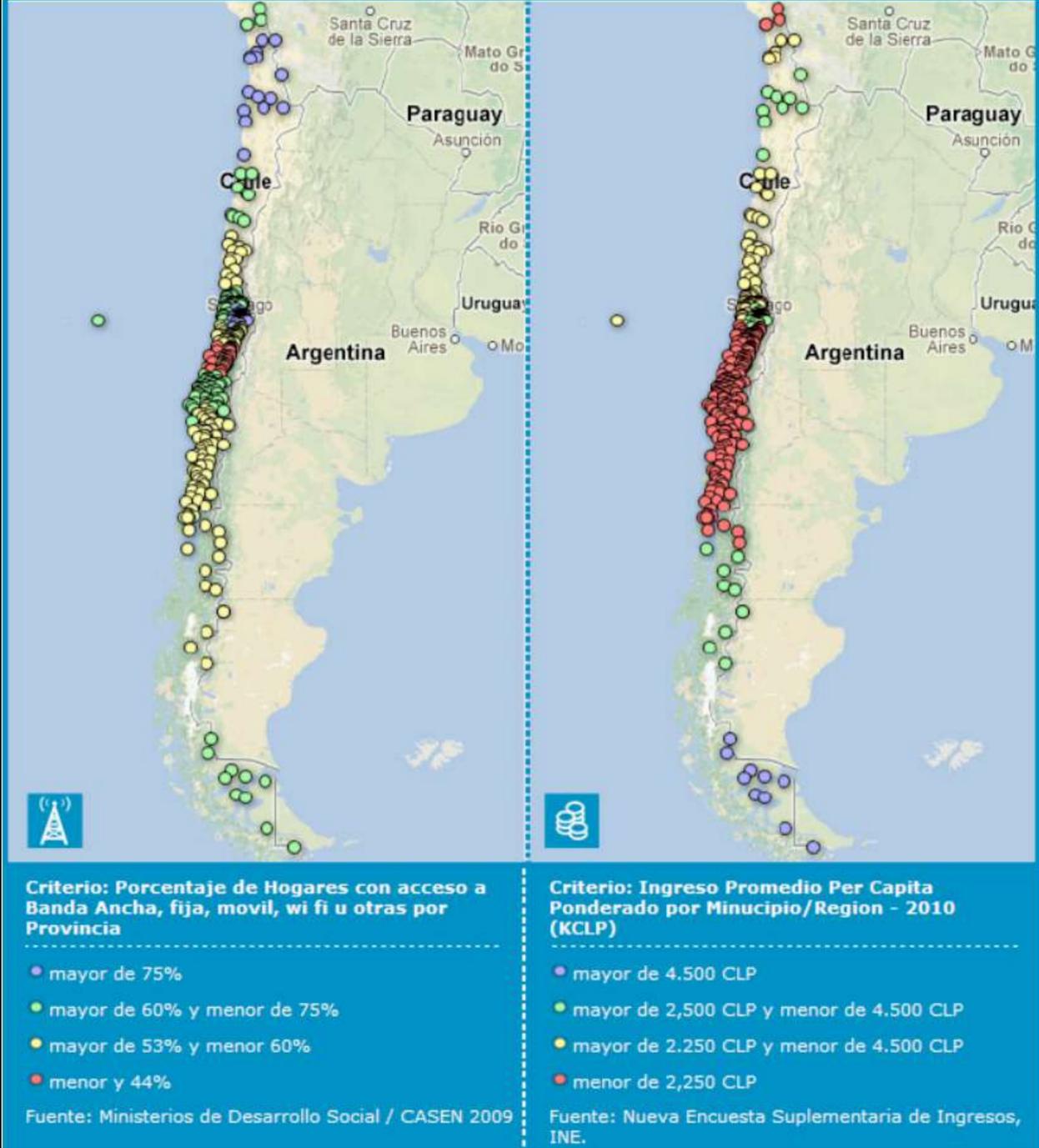
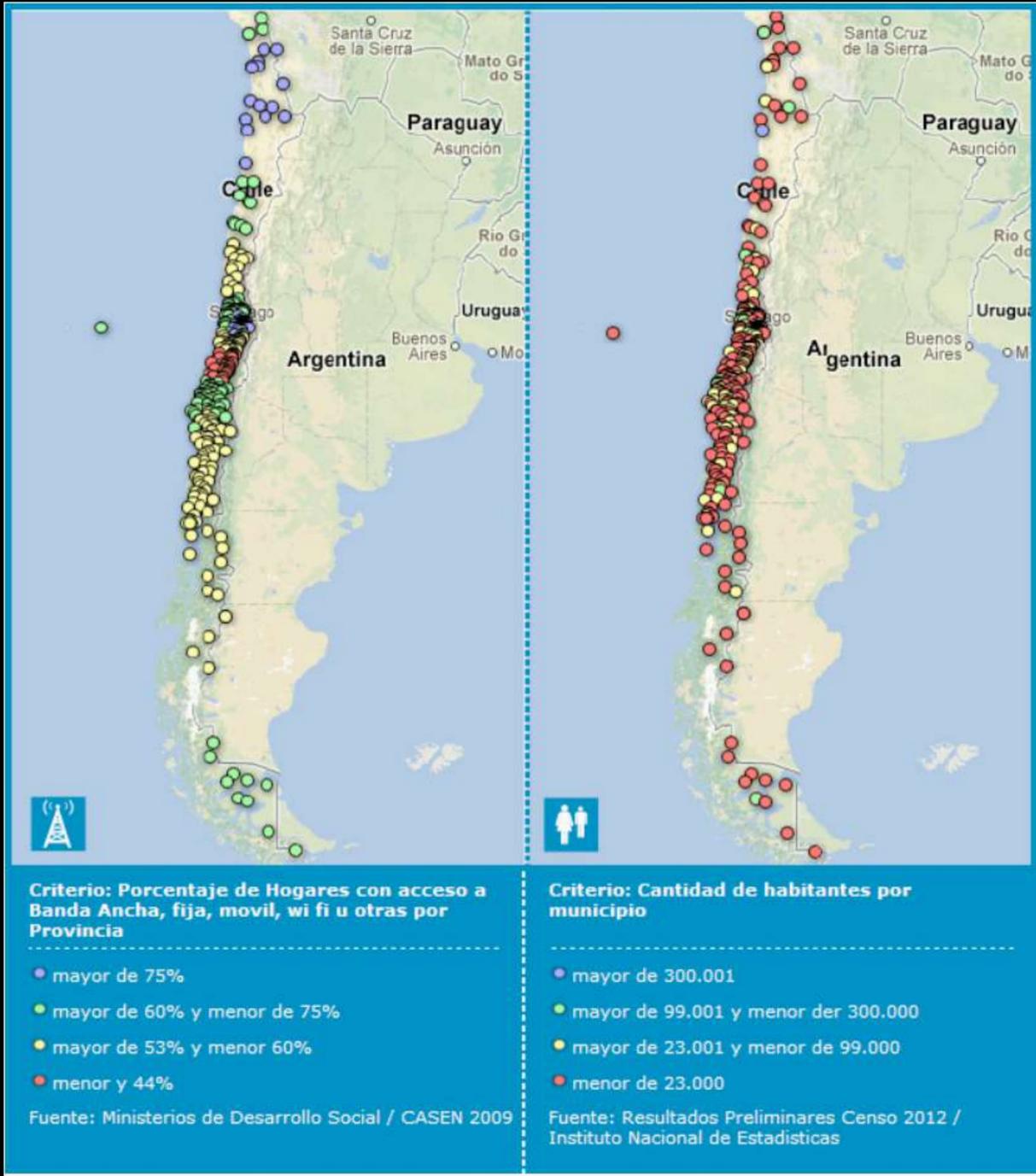


En la zona central de Chile es donde más se concentra el uso de internet, es decir, en la Región Metropolitana, y La Quinta Región de Valparaíso.

Contexto Comunicacional

Informe de la situación de conectividad de Internet y banda ancha en Chile

Banco Interamericano de Desarrollo



La quinta región concentra también un gran volumen de población (1.723.547 personas), pero su nivel de penetración de ordenador todavía es bajo (45,28%), siendo su acceso a banda ancha del 67,5%, el que parece ser adecuado para el bajo volumen de ordenadores que posee esta región.

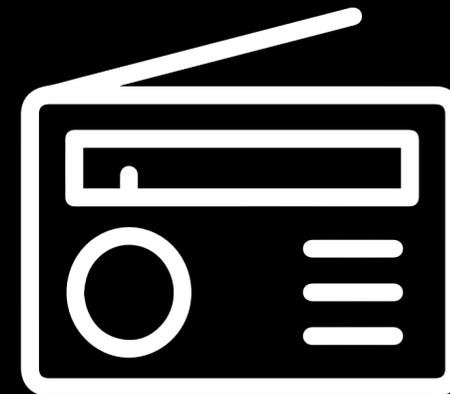
Contexto Comunicacional

Recopilación y Conclusión

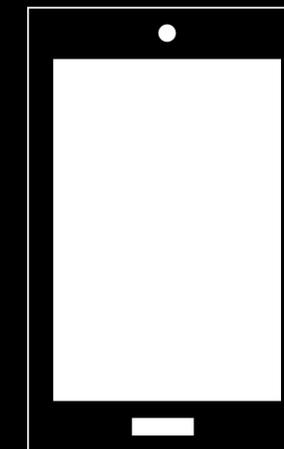
Los Andes es una zona donde se concentra el uso de internet como el medio de accesibilidad principal, tanto para información como para comunicación (Referencia e Interacción); Esto como consecuencia de formar parte de la V Región, ya que esta es una de las zonas centralizadas de Chile junto con la Región Metropolitana, Contando con la conectividad como un punto principal.

Asimismo el Celular Móvil se posiciona como uno de los artefactos mayormente usados para acceder a internet.

Y las Radios FM, como el medio tradicional más potenciado de la zona y con mayor audiencia.



FM



Celular



**Acceso
internet**

Contexto Comunicacional y Usuario

Características del público objetivo



Involucrados directos del proyecto:

1. FAMILIARES-SOBREVIVIENTES
2. UTEM-G.REGIONAL-M.DE LOS ANDES
3. HABITANTES DE L.A-INSTITUCIONES (EX-COMPAÑEROS)

Usuarios-Público Objetivo:

1. Joven-Adulto (25-45)

Objetivo:

- Generar conocimiento acerca de la tragedia
- Tener constancia de un hecho relevante e histórico de su hogar
- Dejar como consecuencia un legado histórico y patrimonial
- Reconocer a la comunidad como el suceso fundamental de la Avalancha

Beneficio:

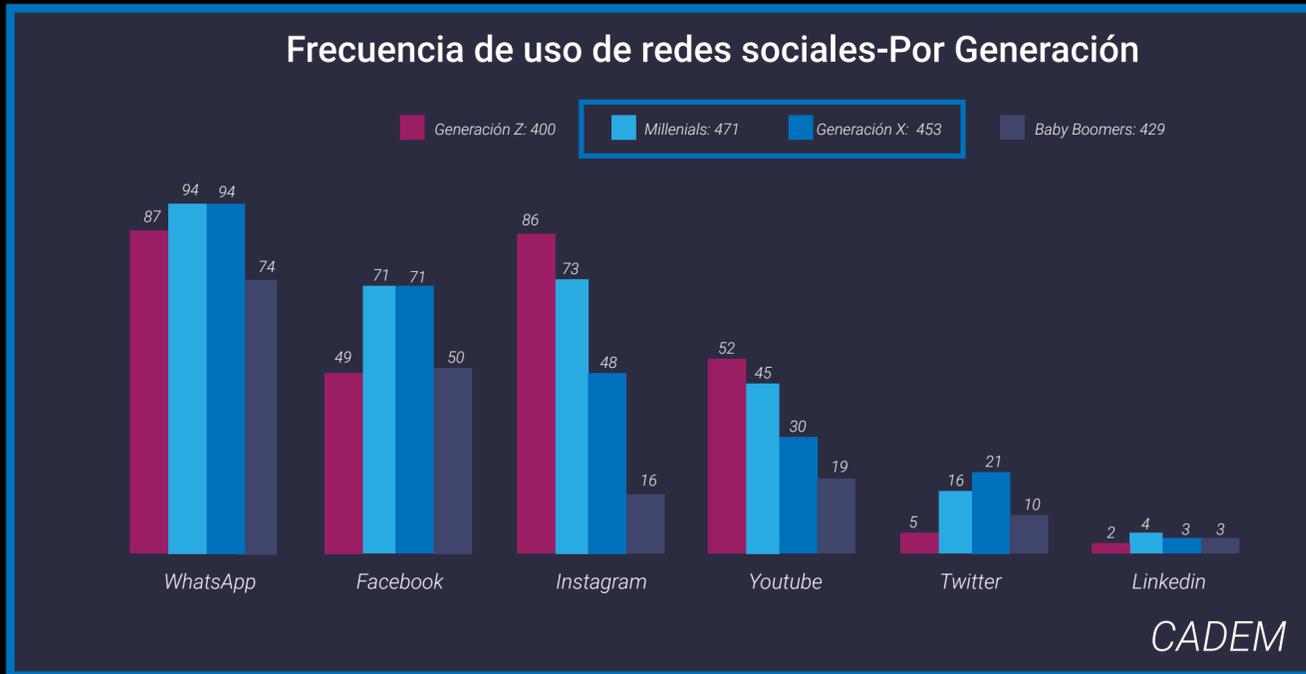
- Adentrarse al hecho de la catástrofe
- Sentirse parte de la historia local
- Adquirir conocimiento histórico, cultural y patrimonial
- Adquirir como consecuencia identidad, respecto a su hogar

Conceptos claves:

Conocimiento, Identidad, Comunidad, Legado, Pertenencia

Contexto Comunicacional y Usuario

Recopilación y Conclusión



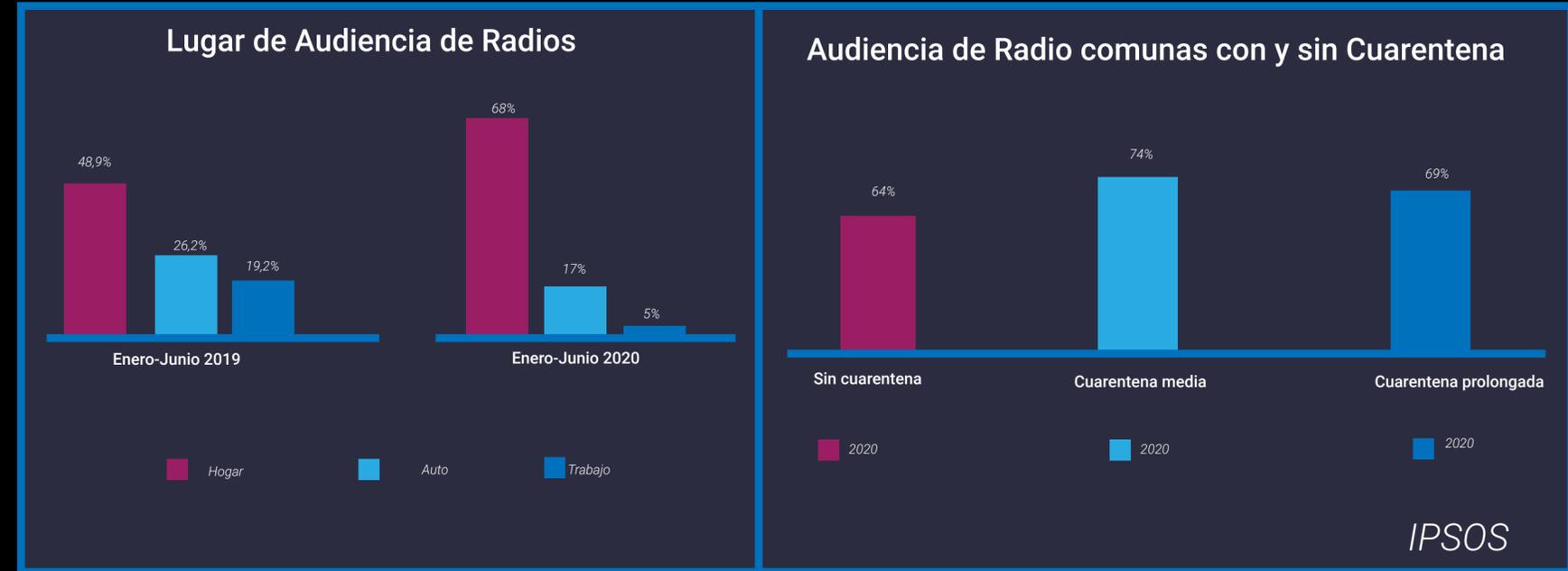
-WhatsApp es la plataforma con más usuarios y de manera transversal, desde la **generación Z** hasta los Baby boomers.

-Facebook es la segunda red social más utilizada por **Baby boomers**, después de WhatsApp.

-Instagram es la segunda red social más utilizada por **Millenials** y **Generación X**, después de WhatsApp.

-En Twitter predominan los **Generación X**.

-Linkedin sigue siendo menos relevante en cantidad de usuarios, con una mayor presencia de **Millenials, Generación X** y Baby boomers.



-Las personas no sólo consumen noticias en las radios, el 45% de los tipos de programas preferidos corresponde a entretenimiento.

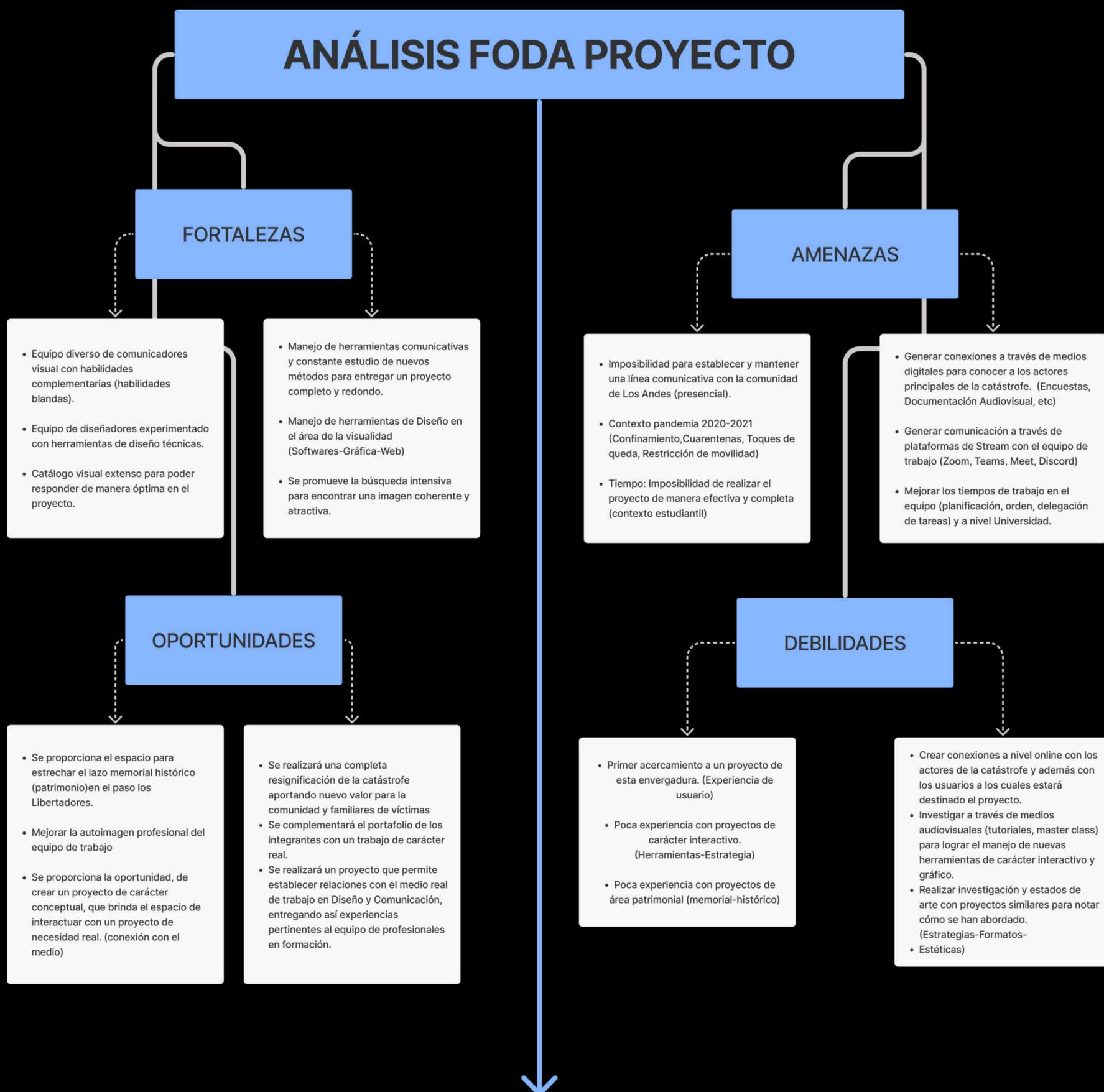
-Primero, 78% cree que la radio es el medio más confiable. Segundo, 2 de cada 3 personas piensan que el tratamiento de las noticias es el adecuado.

-Por estos dos aspectos se observó un aumento de consumo de radios en el hogar, en especial en las comunas/ciudades con cuarentena.

-La audiencia en el primer semestre subió, si se compara con igual período del 2019.

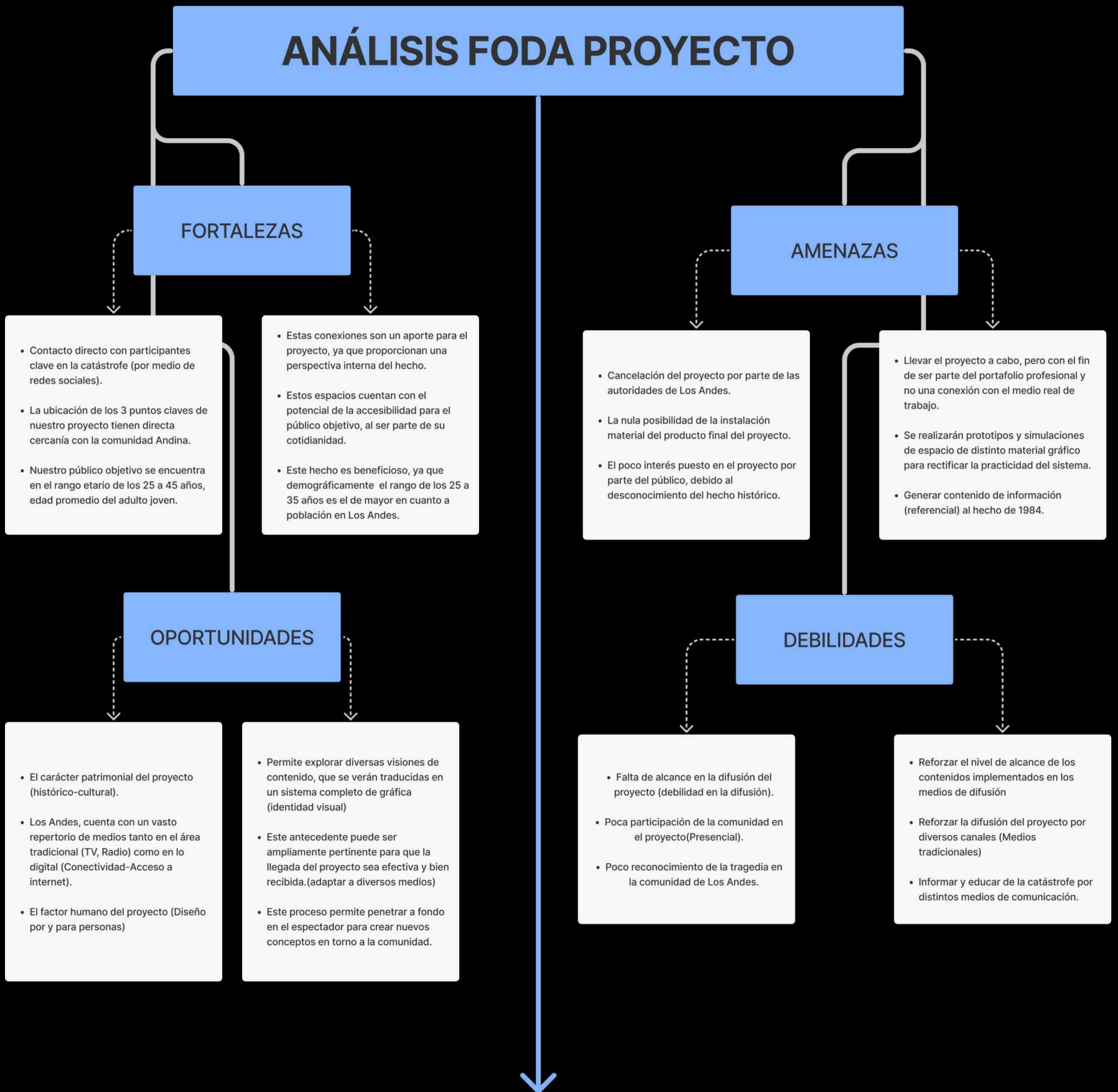
Análisis FODA DEL EQUIPO

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas



Análisis FODA DEL PROYECTO

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas



Definición de Objetivos

¿Qué se debe comunicar?

El principal objetivo de este proyecto es comunicar a la comunidad de Los Andes la relación que existe entre la tragedia y la resiliencia comunitaria, para resignificar la manera en que las personas que habitan el lugar del suceso se relacionan con este, dándole un nuevo enfoque a la memoria histórica al relacionarla con valores como la **amistad, la fraternidad y la sensación de comunidad.**

Es por ello que uno de los objetivos específicos es en primer lugar generar conocimiento respecto a la tragedia, **dándole la importancia y el respeto histórico que merece en esa zona.**

Comunicaremos esta historia desde la perspectiva del apoyo mutuo que emergió en ese momento. Nos enfocaremos en el lado heroico y en cómo un grupo humano logró, gracias a la colaboración y la resiliencia, levantarse ante eventos tan catastróficos.



Definición de Objetivos

¿Qué se debe comunicar?

Buscamos así que los habitantes de los Andes se identifiquen con esta historia y la sientan propia, al ver en ella un relato de supervivencia y un ejemplo de vida, y que esto lleve a que se genere una sensación de comunidad en torno a la tragedia, **resignificando su valor histórico y manteniendo vivo su recuerdo.**

El objetivo, por tanto, es acercar a los adultos jóvenes de entre 25 a 45 años a esta tragedia, ya que quizás no están tan enterados de la historia detrás. Mostraremos que estos hechos forman parte de su identidad y haciéndolos partícipes de esta memoria colectiva, logrando que estas historias de sacrificio, valentía y comunidad los hagan identificarse con ese relato y lo **incorporen como parte de su propia identidad comunitaria, creando un espacio de comunidad y comunión en torno a nuestra instalación.**



Definición de la estrategia comunicacional

Concepto, mensajes claves

Conceptos Generales:

- Comunidad (*Empatía-Compañerismo-Alianza*)
- Heroísmo (*Fortaleza-Resistencia*)
- Resignificación (*Herencia-Patrimonio-Sucesión*)
- Identidad (*Origen-Pertenencia*)

Conceptos Específicos:

- FRATERNIDAD
- RESILIENCIA
- LEGADO

Mensajes claves:

- Resguardar el valor de la memoria colectiva.
- Rescatar la alianza comunitaria que nace en la catástrofe misma.
- Restablecer el valor patrimonial a un hecho histórico de la zona.



Plan De Medios

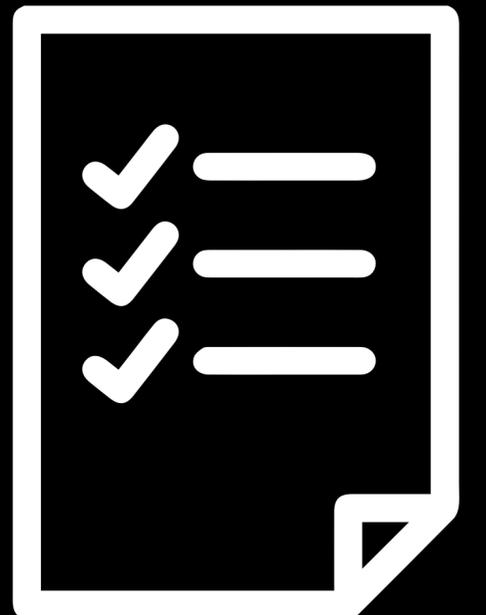
Estrategia, Medios, Canales y Formatos



Acciones a Realizar

Planificación-Organización del Equipo

- 1.Realización de Guión (Relato de los 3 puntos)
- 2.Seleccionar el contenido específico (Discriminar información y determinar)
- 3.Búsqueda y selección de gráfica (tipografía, imágenes, color, etc)
- 4.Edición de gráfica seleccionada
- 5.Maquetación de diagramación (jerarquía de contenidos)
- 6.Creación de material de difusión para redes sociales (piezas gráficas)
- 7.Prototipos en simulación de espacios (Los Andes)
- 8.Crear el canal comunicativo con autoridades locales (Municipalidad, Gobierno Regional)
- 9.Contactar medios locales de la comunidad (medios tradicionales)
- 10.Instalación de paneles interactivos en espacios definidos
- 11.Lanzamiento de la campaña digital (difusión del proyecto)



Concepto del Relato en 3 puntos

Idea a trabajar

Concepto

Para dar respuesta a los objetivos planteados y articularlos gráficamente de manera coherente, trabajaremos sobre **la idea de las caras de la tragedia**, esto debido a que no intentaremos relatar el suceso como una historia trágica más, sino que nos enfocaremos precisamente en las historias de resiliencia y cooperación que afloraron una vez desatada la catástrofe, y estos valores se traducen en algunos actores clave que estuvieron ahí esa noche y sacrificaron mucho para ayudar a los demás. Es por esto que la propuesta gráfica de nuestro proyecto girará en torno a mostrar los retratos de estos actores, y desde ahí articular un relato que reivindique su actuar y le de otra perspectiva a la tragedia, ya que hoy en día solo se tiene un monolito con nombres. **Nosotros queremos ponerle rostro a esa valentía a la hora de contar sus historias ya que eso ayudará a que los usuarios conecten de manera más profunda y personal con la historia que se relata, ya que es distinto leer un nombre escrito que ver un retrato y saber por todo lo que pasó esa persona.**

Nombre

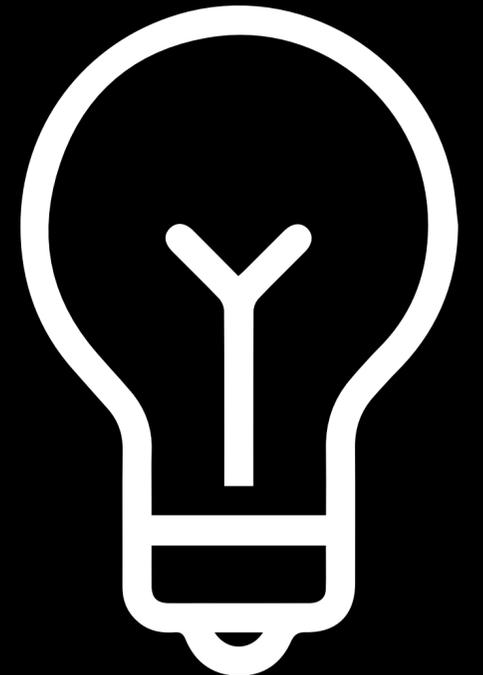
“Rostros de la tragedia”

“Caras de la tragedia”

“El rostro de la tragedia”

Ideas

- Entregar el relato desde el antecedente, (para así contextualizar al público objetivo)
- Entregarle y otorgarle un rostro a la tragedia, (para así generar cercanía y encuentro con el público)
- Relatar en suceso desde las palabras de sus propios actores, (sintiendo la historia en carne propia)



Esquematzación Paneles-Piezas gráficas

Difusión-Medios Digitales

Encuentro en la Catástrofe
10:30 AM

Proyecto memorial Los Andes #LosAndes #Tragedia1984 #AvalanchaLosLibertadores

85 3 Shares

Like Share

Encuentro en la Catástrofe
10:30 AM

Proyecto memorial Los Andes #LosAndes #Tragedia1984 #AvalanchaLosLibertadores

1 08:30 hrs
La avalancha
A las 20:00 la nieve ya alcanzaba los 3 mts de altura, lo que finalmente provocaría, 30 minutos más tarde, una avalancha que caería desde el cerro Cabeza del Inca hacia el complejo.

2 La búsqueda
El dueño del restaurante, René Rozas, quedó ileso del accidente y, junto a una linterna que trajo consigo, buscó sobrevivientes, logrando salvar a más de 10 personas.

3 00:30 hrs
La fortaleza
Un par de sobrevivientes logran salir a la superficie para emprender más tarde el viaje en búsqueda de ayuda.

4 04:00 hrs
La resiliencia
Los carabineros Toledo y Villalobos se fueron caminando (nadando) por la nieve hacia el hotel Portillo para dar aviso de la catástrofe.

5 10:00 hrs
La llegada
A las 10 am los carabineros llegan finalmente a Portillo, desde donde parte un vehículo, demorando 12 hrs en rescatar a todos los sobrevivientes.

75 3 Shares

Like Share

Encuentro en la Catástrofe
10:30 AM

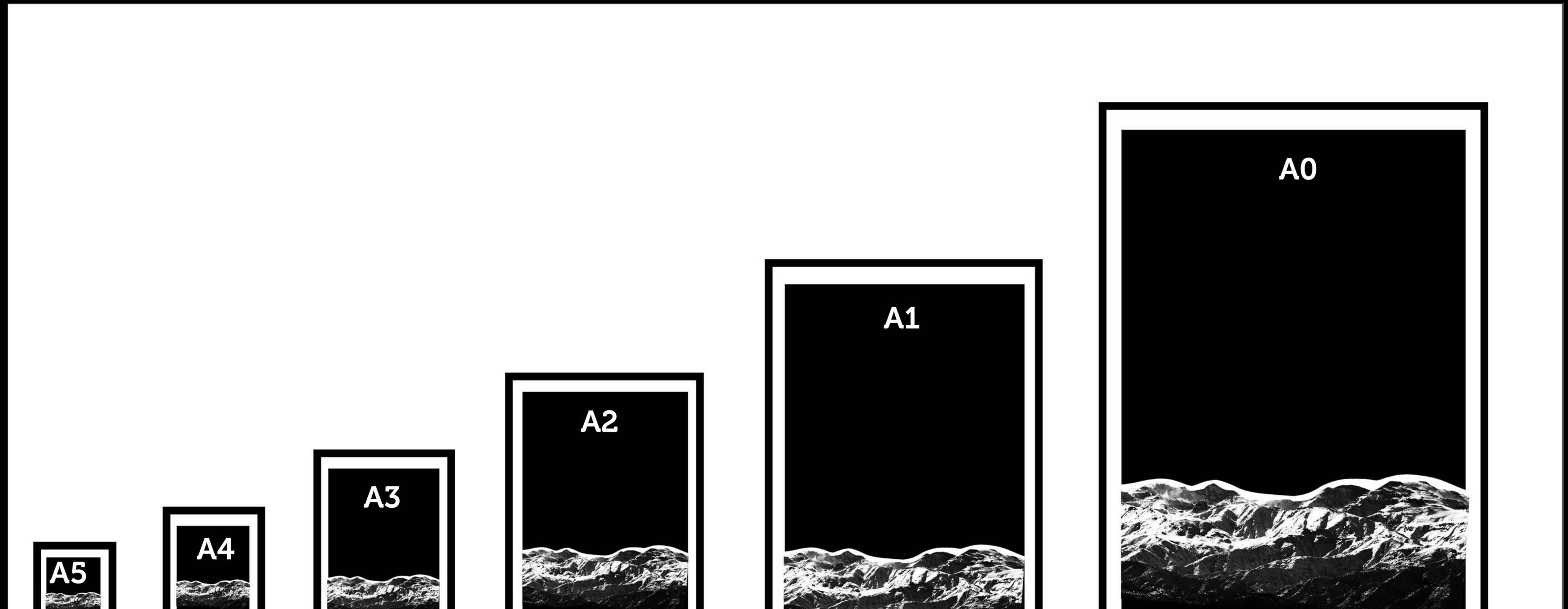
Proyecto memorial Los Andes #LosAndes #Tragedia1984 #AvalanchaLosLibertadores

75 3 Shares

Like Share

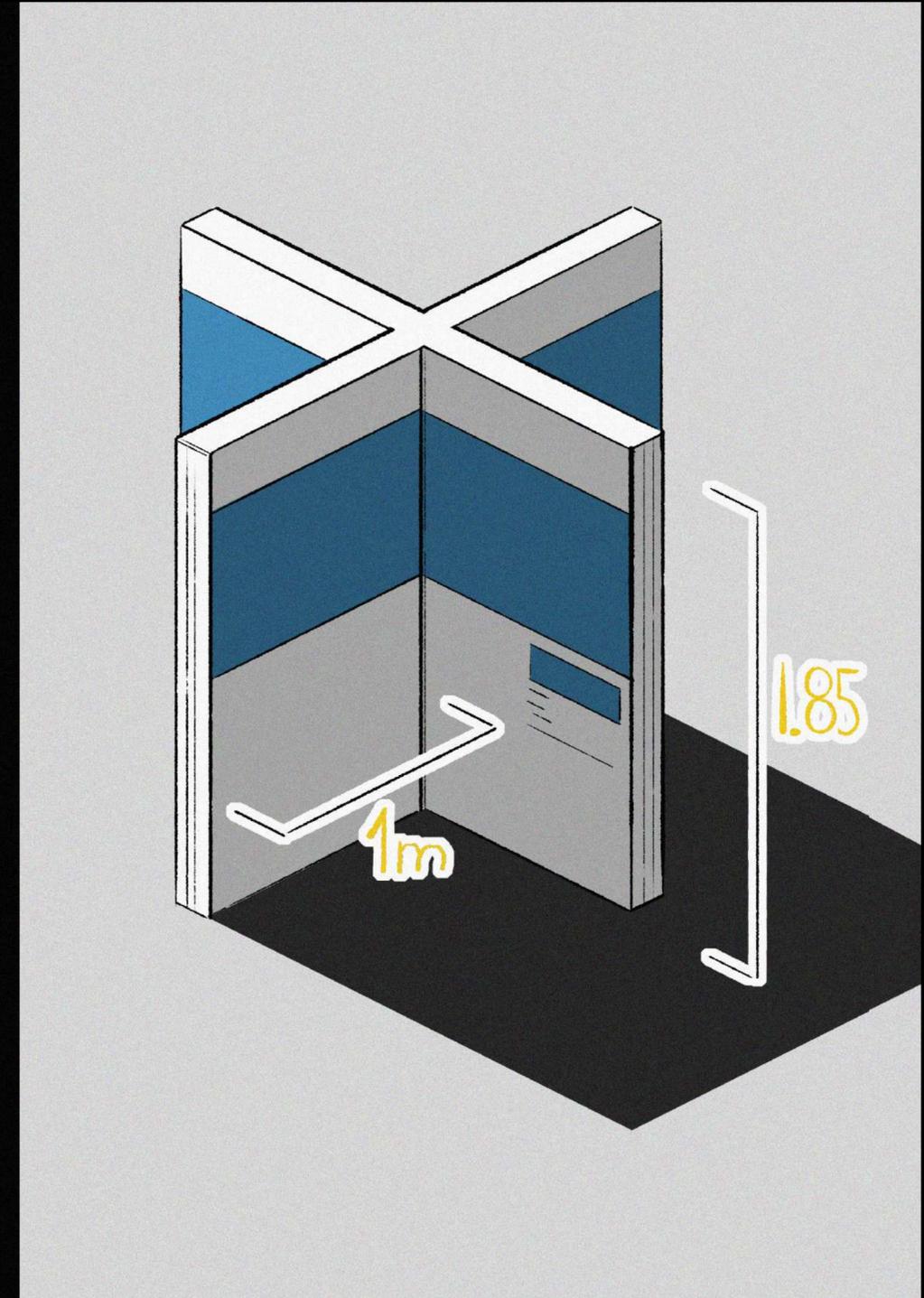
Esquemática Paneles-Piezas gráficas

Difusión-Medios materiales



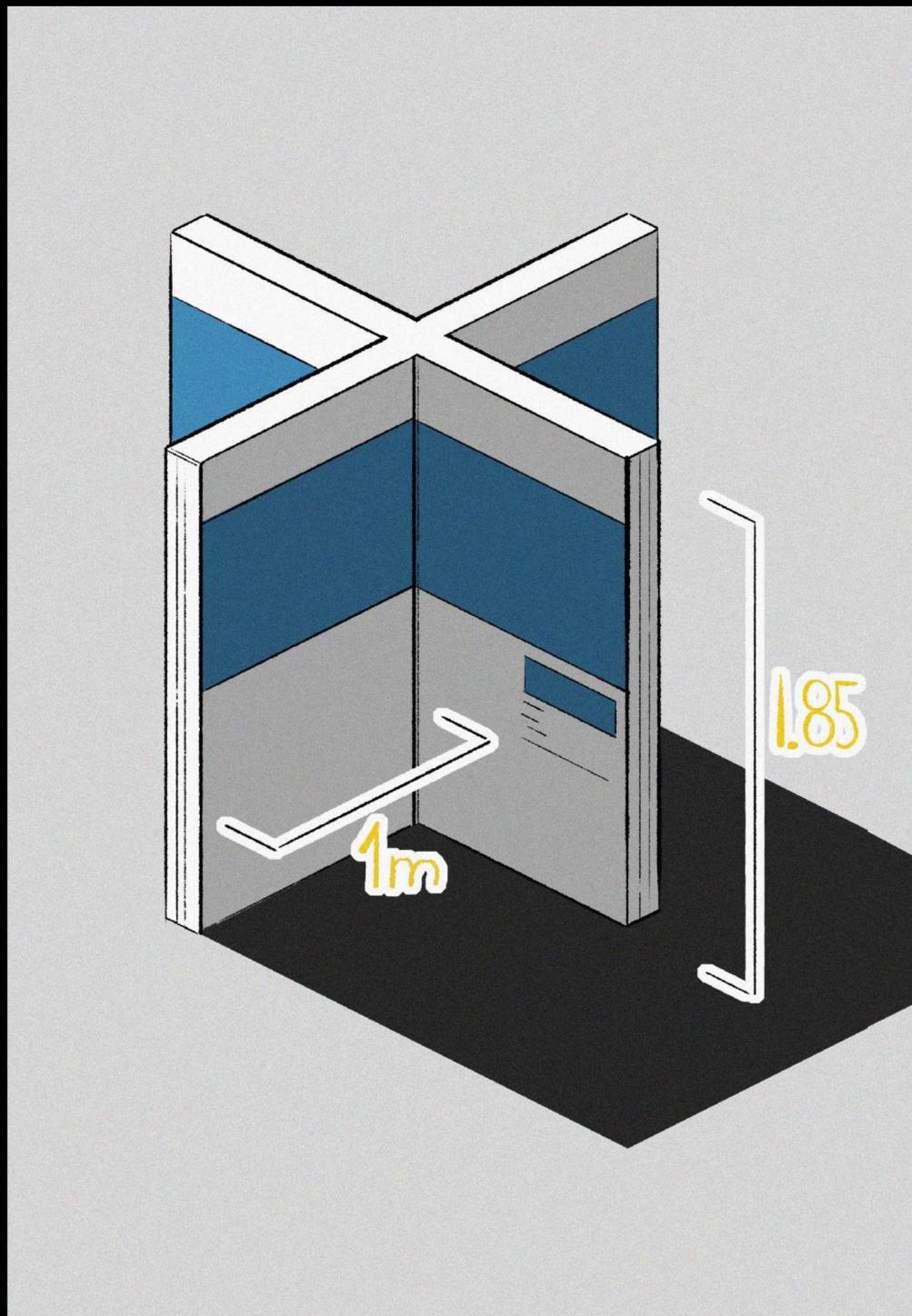
Esquemmatización Paneles-Piezas gráficas

Paneles en 3 puntos-Escalas



Esquemmatización Paneles-Piezas gráficas

Paneles en 3 puntos-Escalas



Medio y Formato

Paneles informativos tipo memorial expositivo y conmemorativo en 3 puntos claves de la comunidad de Los Andes y pertinentes con el marco conceptual de nuestro proyecto.

Exposición

(Inicio expo del 3 julio al 3 Agosto)

Lugares

- Plaza de armas de Los Andes (Antecedentes)
- Parroquia Santa Rosa de Los Andes (Testimonial)
- Casa de la cultura de Los Andes (Difusión específicamente)