

TALLER SOBRE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE CRISIS

PATRICIO DUSSAILLANT

ABOGADO | PH.D. EN COMUNICACIÓN

FACULTAD DE COMUNICACIONES

P. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

ANÁLISIS DEL ENTORNO

- PERMITE COMPRENDER EL CONTEXTO EN EL QUE SE DESARROLLA LA CRISIS Y ANTICIPAR POSIBLES ESCENARIOS FUTUROS.
- PERMITE IDENTIFICAR LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE PUEDEN VERSE AFECTADOS POR LA CRISIS.
- PERMITE EVALUAR LA MAGNITUD DE LA CRISIS Y EL IMPACTO QUE ESTA PUEDE TENER EN LA REPUTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN, SU VIABILIDAD FINANCIERA, SUS OPERACIONES Y SU RELACIÓN CON LOS DIFERENTES *STAKEHOLDERS*.
- PERMITE IDENTIFICAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN, ASÍ COMO LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS QUE PUEDEN SURGIR DURANTE LA CRISIS.



Think different.



Raphaël

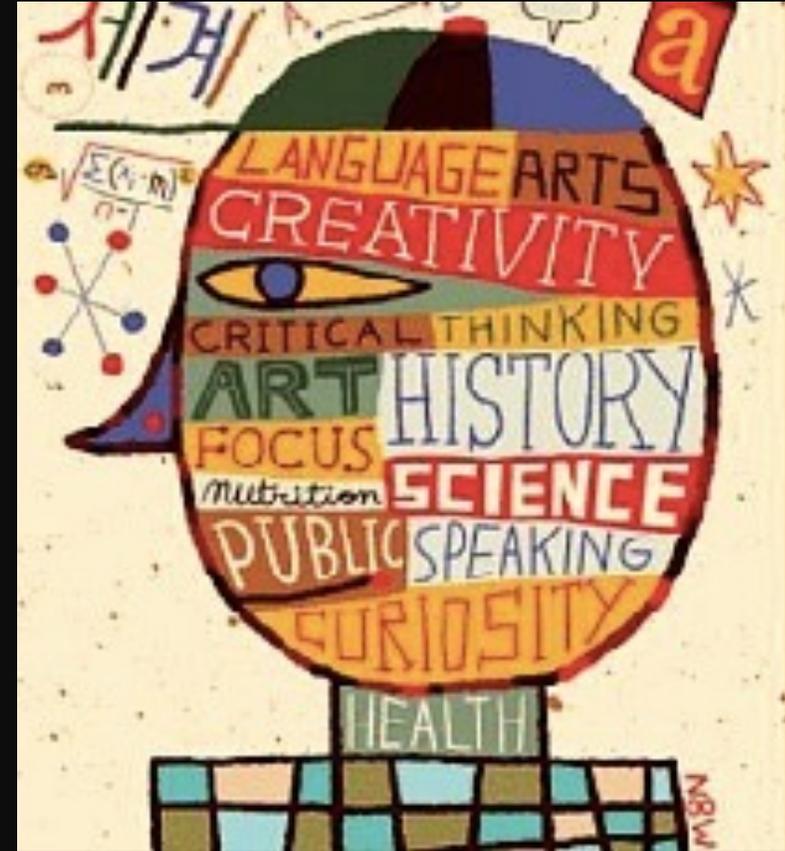
HORIZONTALIDAD

TRANSPARENCIA

IGUALDAD - DESIGUALDAD

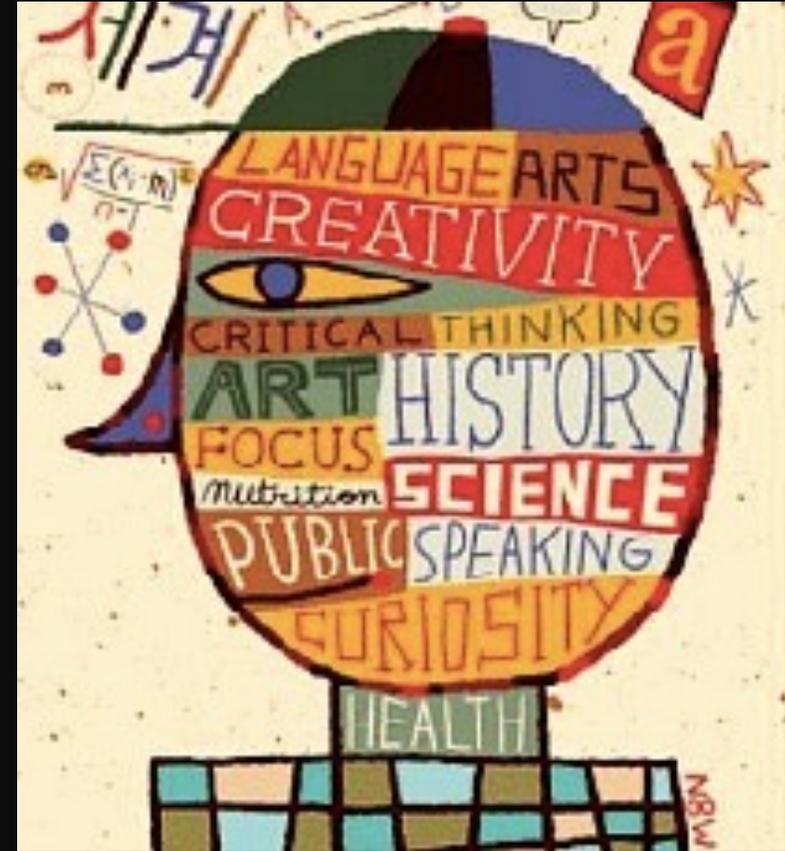
FACTORES QUE FAVORECEN LAS CRISIS

- FACTORES IDEOLÓGICOS Y CULTURALES
 - HIPERCRÍTICA
 - SOSPECHA DE LA UNANIMIDAD
 - NADIE ES MÁS QUE NADIE: OPINAR
 - POLARIZACIÓN POLÍTICA



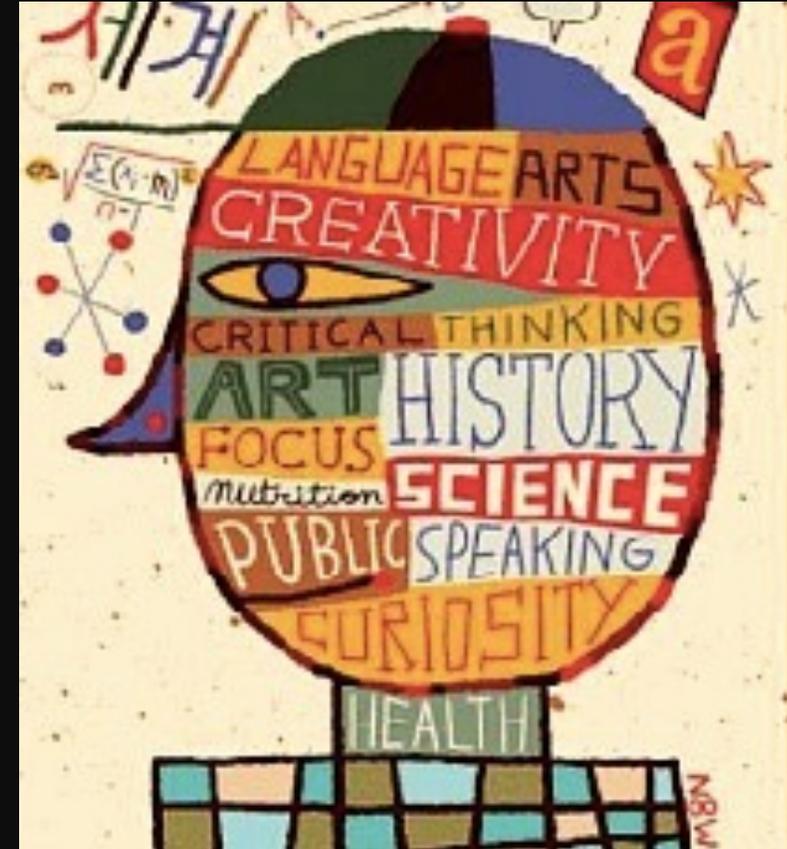
FACTORES QUE FAVORECEN LAS CRISIS

- FACTORES IDEOLÓGICOS Y CULTURALES
 - DESPRESTIGIO DEL PRINCIPIO DE AUTORIDAD
 - DESCONFIANZA: REGULACIÓN
 - “VIGILANTES SOCIALES”
 - “TIEMPOS LÍQUIDOS”
- DEBILITAMIENTO DE LOS VINCULOS INTERPERSONALES



FACTORES QUE FAVORECEN LAS CRISIS

- LOS MEDIOS, CATALIZADORES DE CRISIS
 - LO “NOTICIABLE”
 - DISTINCIÓN ENTRE ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO
- LA NUEVA SOCIEDAD
 - NATIVO DIGITAL
 - CIUDADANOS E INSTITUCIONES
- INSTITUCIONES GRANDES Y VULNERABLES
 - NUEVO TIPO DE DIRIGENTE





CRECIENTE NÚMERO DE ACTORES



COMPLEJIDAD DE LAS LÓGICAS
(EFICACIA, LEGITIMIDAD,
SOLIDARIDAD, PREVENCIÓN)



TIEMPOS QUE SE ENTRELAZAN
(FINANCIERO, CONSTITUCIONAL,
COMUNICATIVO,
MEDIOMABIENTAL)

CONTEXTO
ACTUAL

DANIEL INNERARITY

No podemos elegir
nuestras circunstancias
externas pero
SIEMPRE
podemos elegir
cómo responder a ellas.

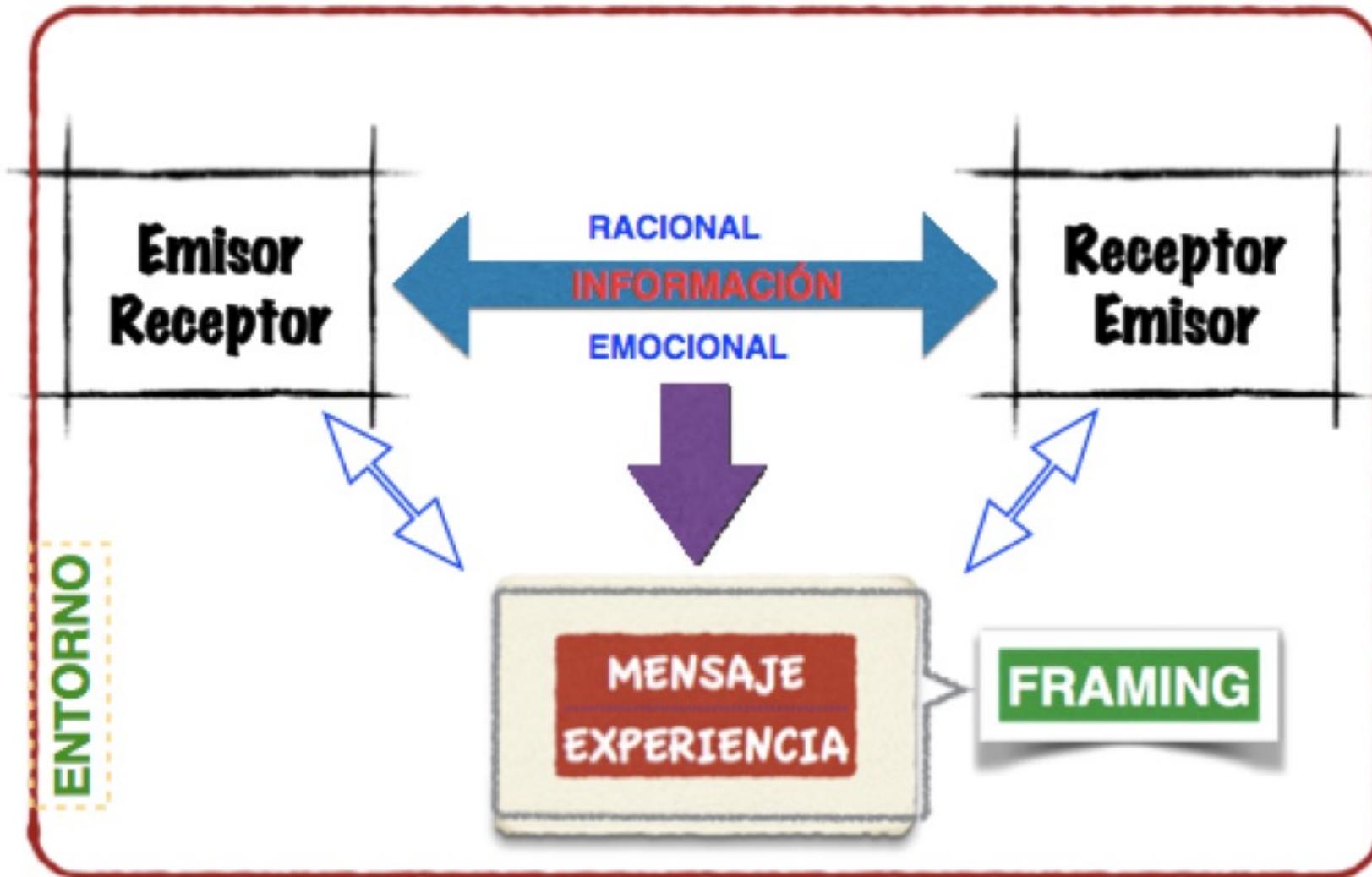
(Epicteto)

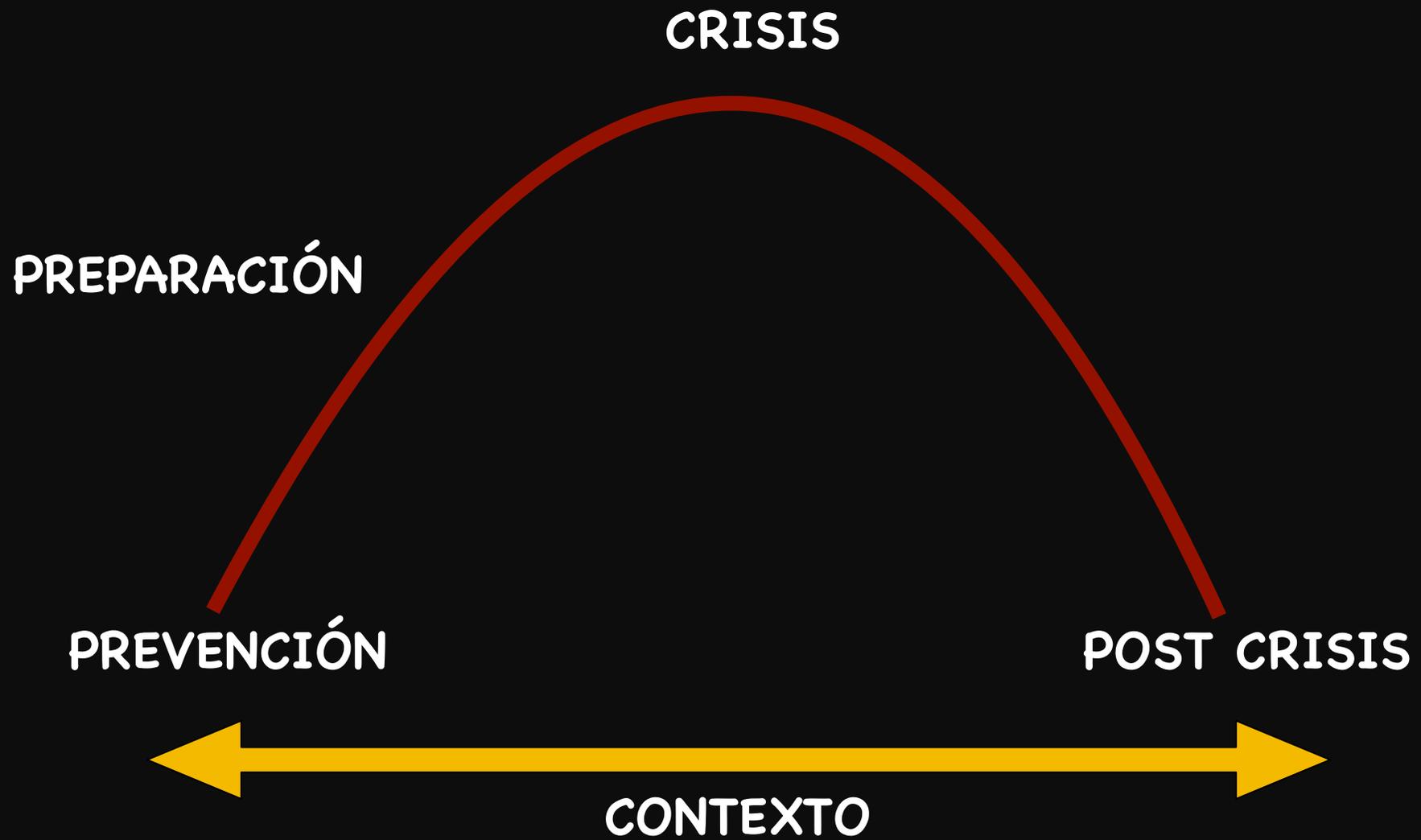



63^{ème} Mostra de Venise
Prix d'interprétation féminine
Prix du scénario

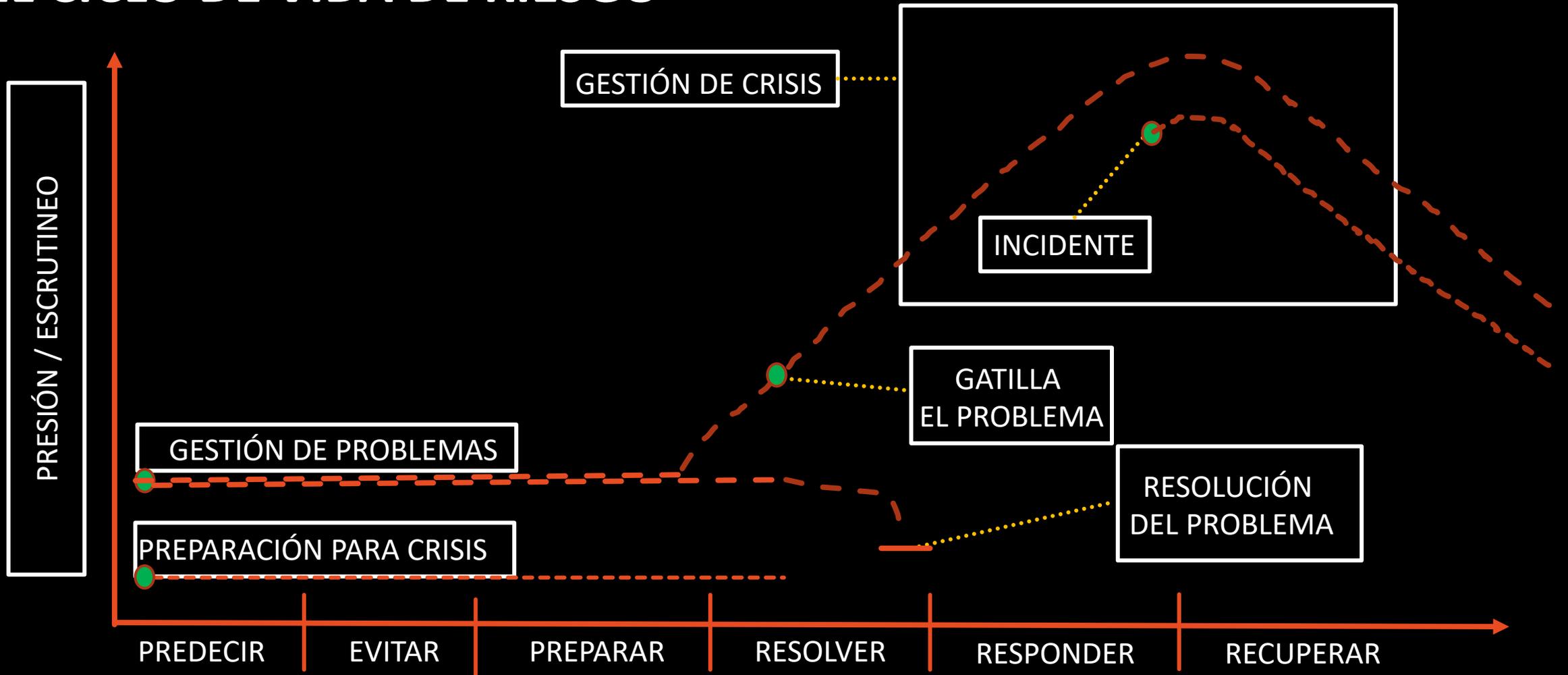
HELEN MIRREN
THE QUEEN
UN FILM DE STEPHEN FREARS

PRODUCTION: ...
DISTRIBUTION: ...
www.thequeen-lefilm.com

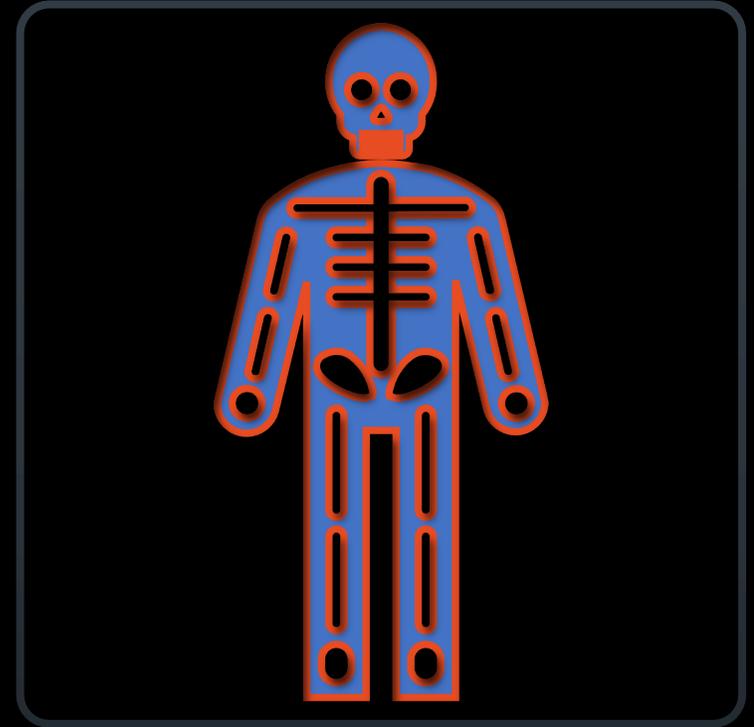




EL CICLO DE VIDA DE RIESGO



PÚBLICOS



TIEMPO

SIMPLICIDAD

TELÉFONO MOVIL:
LLAMADAS . CARA A
CARA

ESCUCHA ACTIVA

ATIENDE A LAS
PERCEPCIONES

ESCUCHA A QUIEN
PROTESTA

SINTONIZA
EMOCIONALMENTE

RAZONA DESDE EL
PUNTO DE VISTA
DEL INTERLOCUTOR

DISTINGUE
OPINIÓN PÚBLICA Y
LEY

DI SIEMPRE LA
VERDAD

RESPONDE DE TUS
ACTOS

REFLEXIONES



“... PORQUE RAÍZ DE
TODOS LOS MALES ES LA
AVARICIA...”

1ª CARTA DE SAN PABLO A TIMOTEO 6, 10



avaricia

Del lat. *avaritia*.

1. **f.** Afán desmedido de poseer y adquirir riquezas para atesorarlas.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

TODO SE TRATA DE SEXO



EXCEPTO EL SEXO

EL SEXO SE TRATA DE PODER

Todo en la vida trata sobre el
sexo, excepto el sexo.
El sexo trata sobre el poder.

Oscar Wilde.



**CUANDO LOS PROBLEMAS PASAN A
SER DE DOMINIO PÚBLICO:**

- **GRAVES Y**
- **URGENTES EN ESTE ÁMBITO**



CRISIS DE REPUTACIÓN

Daños en la reputación

Influyen en comportamientos

**PARTÍCIPIES Y
PÚBLICOS ANTE LA
CRISIS**





“CREAR
VÍCTIMAS ES
LO QUE HACE
QUE UNA
CRISIS SEA
UNA CRISIS”

LUKASZEWSKI (2013)

víctima.

Del lat. *victīma*.

1. f. Persona o animal sacrificado o destinado al sacrificio.
2. f. Persona que se expone u ofrece a un grave riesgo en obsequio de otra.
3. f. Persona que padece daño por culpa ajena o por causa fortuita.
4. f. Persona que muere por culpa ajena o por accidente fortuito.
5. f. Der. Persona que padece las consecuencias dañosas de un delito.

hacerse alguien la víctima.

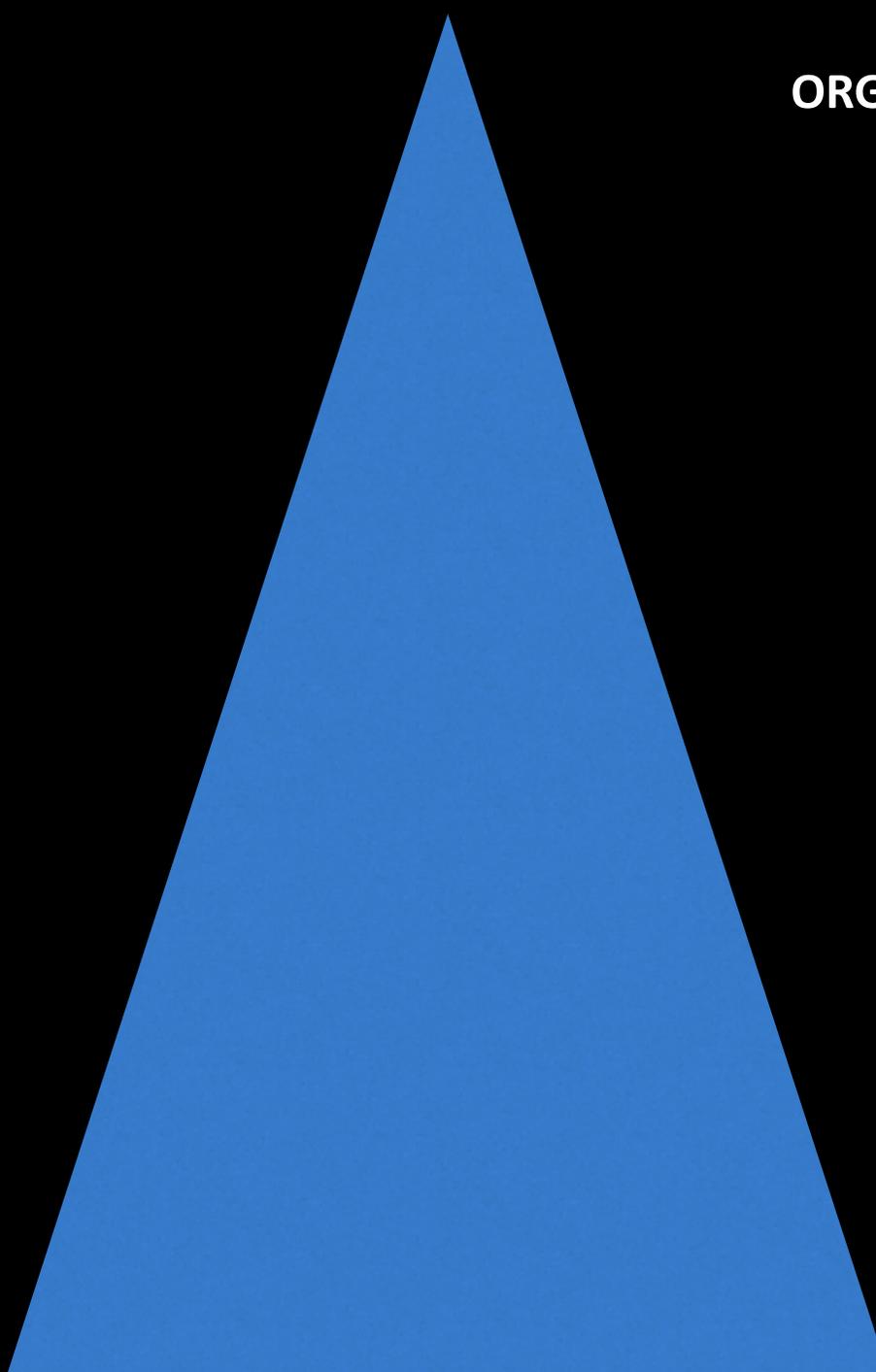
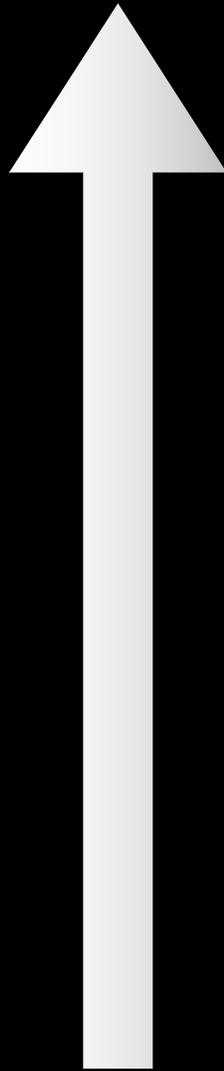
1. loc. verb. coloq. Quejarse excesivamente buscando la compasión de los demás.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

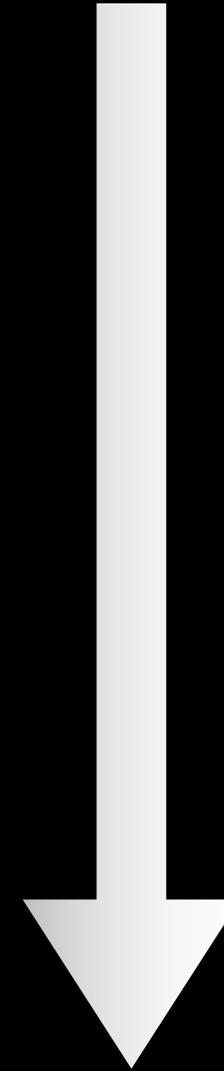


@PDussillant

VICTIMAS



ORGANIZACIÓN



@PDussillant

Aaron Maria Adam Sam Katie Rob William H. and Robert
ECKHART BELLO BRODY ELLIOTT HOLMES LOWE MACY and DUVALL

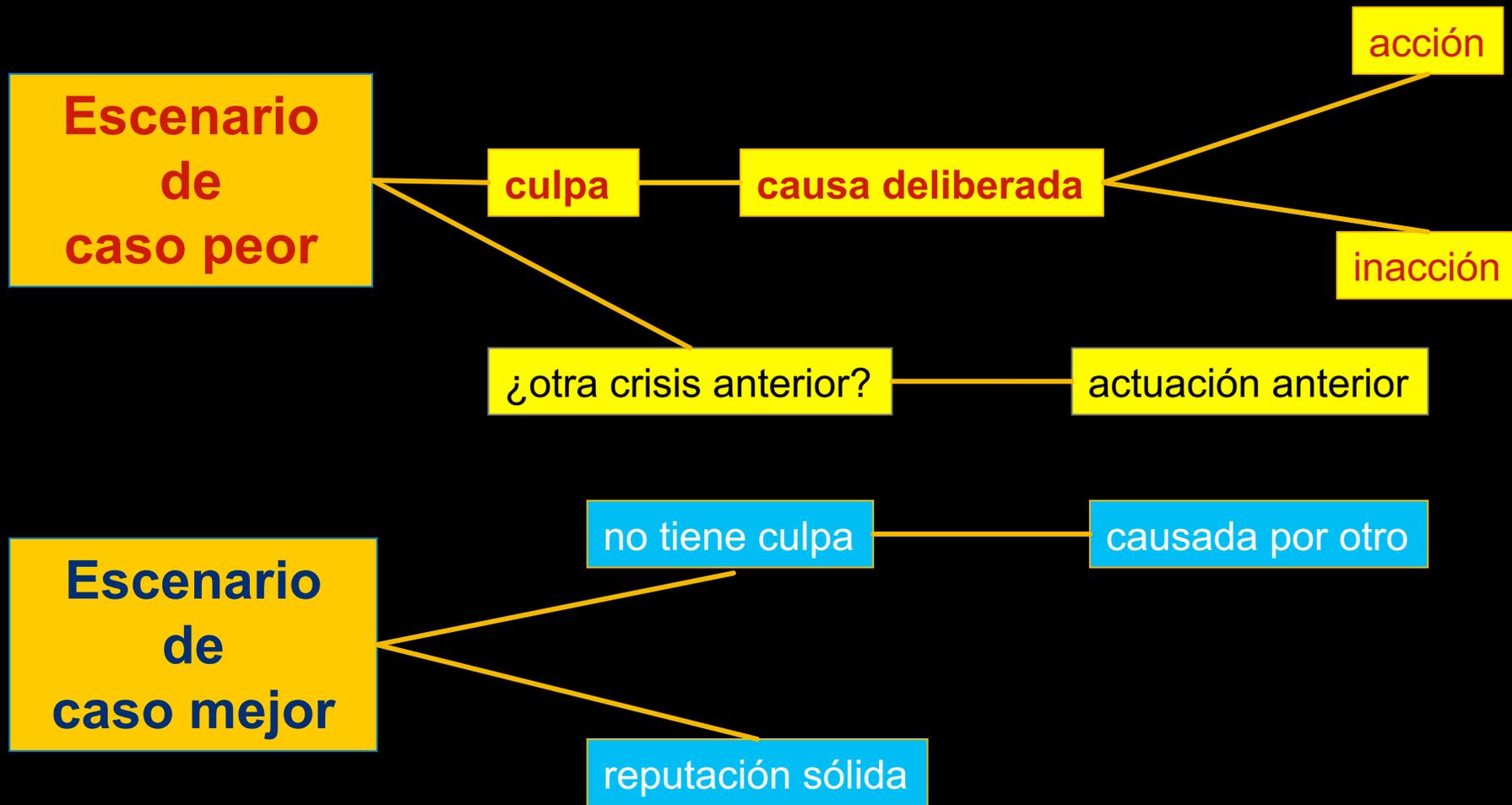
Nick Naylor doesn't
hide the truth...
he filters it.



THANK YOU FOR SMOKING

Based on the best-selling novel

FOX SEARCHLIGHT PICTURES AND 20TH CENTURY FOX FILMS PRESENT A DAVID O. SACKS PRODUCTION AN ASSOCIATION WITH CONTENTTEAM & JASON VESTALAN WITH AARON ECKHART
"THANK YOU FOR SMOKING" MARIA BELLO CAMERON BRIDGE ADAM BRODY SAM ELLIOTT KATIE HOLMES DAVID HORNBERGER ROB LOWE WILLIAM H. MACY J.K. SIMMONS
AND ROBERT DUVALL WITH WINNY MARON CSA JOSH BANNY CLUCKER AND PETER AFTERMAN MARGARET YEN PRODUCED BY DANIEL ROBERT DANIEL BURESKI MINDY MARON
MICHAEL R. NEWMAN EXECUTIVE PRODUCERS DAVID J. BLOOMFIELD AND DIANA F. SANDERMAN WRITTEN BY STEVE SKALD PRODUCED BY JAMES WHITAKER DIRECTED BY PETER YUHL ELON MURSKA MARK TEVERIN
MARK WOODRUFF EDWARD R. PROSSMAN JOHN SCHMIDT ALESSANDRO CAMON MICHAEL BECKS WITH CHRISTOPHER BROCKLEY
www.foxsearchlight.com SPRING 2006 ©2006 FOX SEARCHLIGHT PICTURES A DIVISION OF 20TH CENTURY FOX FILMS CORPORATION



COMUNICACIÓN DURANTE LA CRISIS





Concentrar la atención en el problema y en la respuesta que conviene dar a las preguntas del público



Superar el impulso instintivo de señalar un culpable.



Respuesta serena y objetiva

**IDEAS
PREVIAS...**



No asustarse: las crisis demandan una respuesta oportuna, y no requieren una respuesta inmediata



Es importante tomarse un tiempo para asegurarse que las declaraciones iniciales sean adecuadas y bien razonadas.

Responder a las preguntas de los medios rápidamente, pero en su línea de tiempo.

**IDEAS
PREVIAS...**

RESPUESTA CORRECTA



LOS PRIMEROS
PASOS DE LA
RESPUESTA
INSTITUCIONAL

PENSAR ANTES DE ACTUAR



REUNIR INFORMACIÓN E IDENTIFICAR LOS PÚBLICOS PRIORITARIOS

- DEBE ESTAR ORIENTADA HACIA LOS PÚBLICOS
- HACER UN RETRATO DE CADA PÚBLICO

**Pero ahora ya no voy a poder
dormir**



Por pensar en la respuesta



ASUMIR LA INICIATIVA

El Silencio no es Rentable

- “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN OBTENDRÁN UNA BUENA HISTORIA CON O SIN TU AYUDA. CON TU AYUDA, DISPONDRÁS DE MEJORES POSIBILIDADES PARA CONTROLAR EL MENSAJE. SIN ELLA, LA HISTORIA QUE AL FINAL SERÁ PUBLICADA O EMITIDA PODRÍA NO SÓLO SER PERJUDICIAL PARA TI O PARA TU EMPRESA, SINO TAMBIÉN INCORRECTA”

Herb **Schmertz**
con William Novak

El silencio no es rentable

El empresario
frente a los medios
de comunicación

Planeta



EL ROL DEL FRAMING

“idea central organizadora o argumento que provee significado”,

FRAMING THE CRISIS

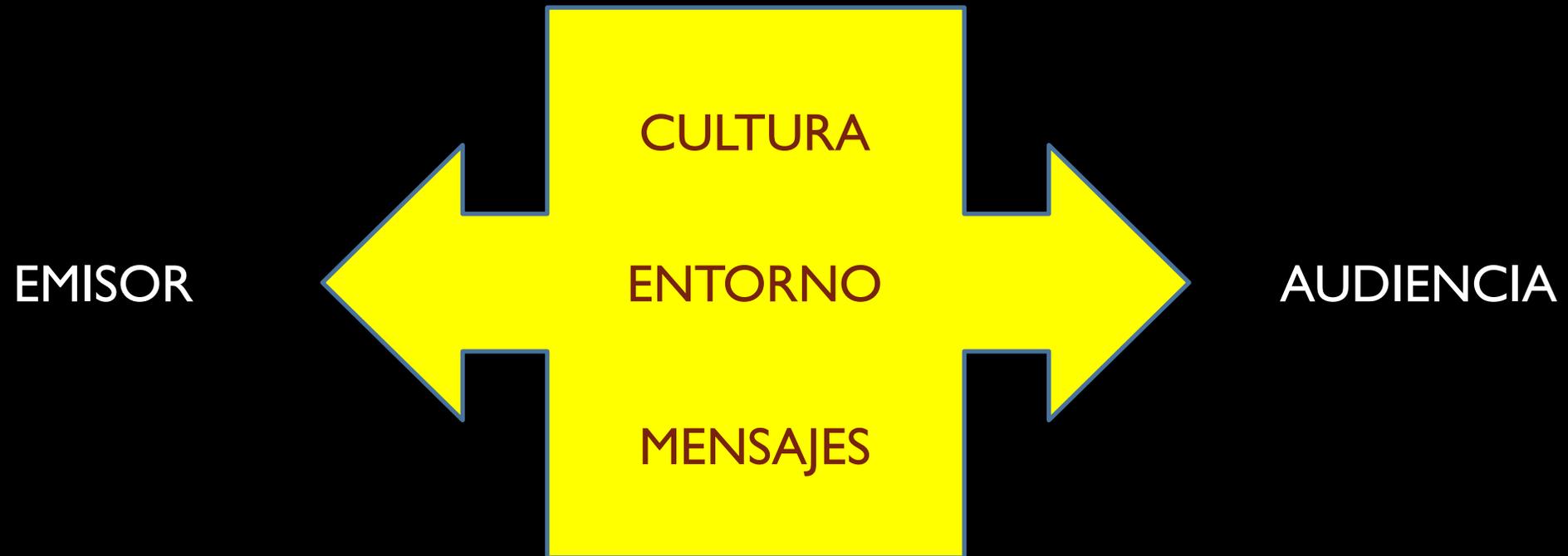


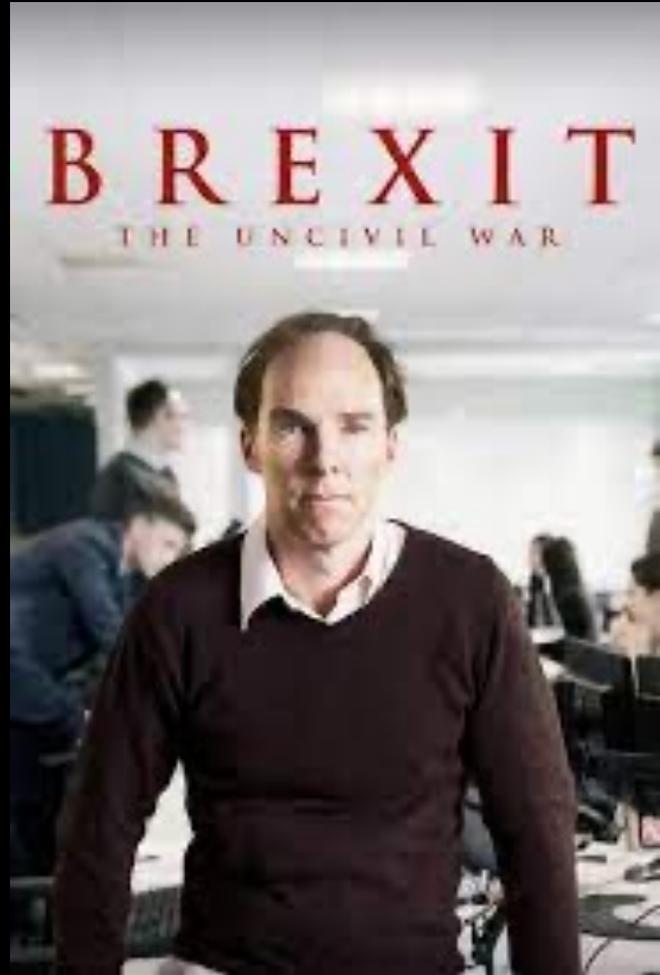
OBJETIVO DEL
FRAMING EN
LOS MENSAJES

A black silhouette of a human head in profile, facing right, set against a light blue background. A white arrow points from the left side of the head towards the brain area. The text 'PRIMING YOUR' is written in white, bold, uppercase letters on the left side of the arrow, and 'BRAIN' is written in white, bold, uppercase letters on the right side of the arrow.

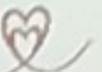
PRIMING YOUR **BRAIN**

DONDE SE ENCUENTRAN LOS *FRAMES*







*Siempre
serás
mía* 

**SIEMPRE
SERAS
MIA**

Ponencia de Sara Presenti

 @sara_presenti


WORDCAMP
GRANADA 2019


¡CONTRATA AL MEJOR
HOSTING



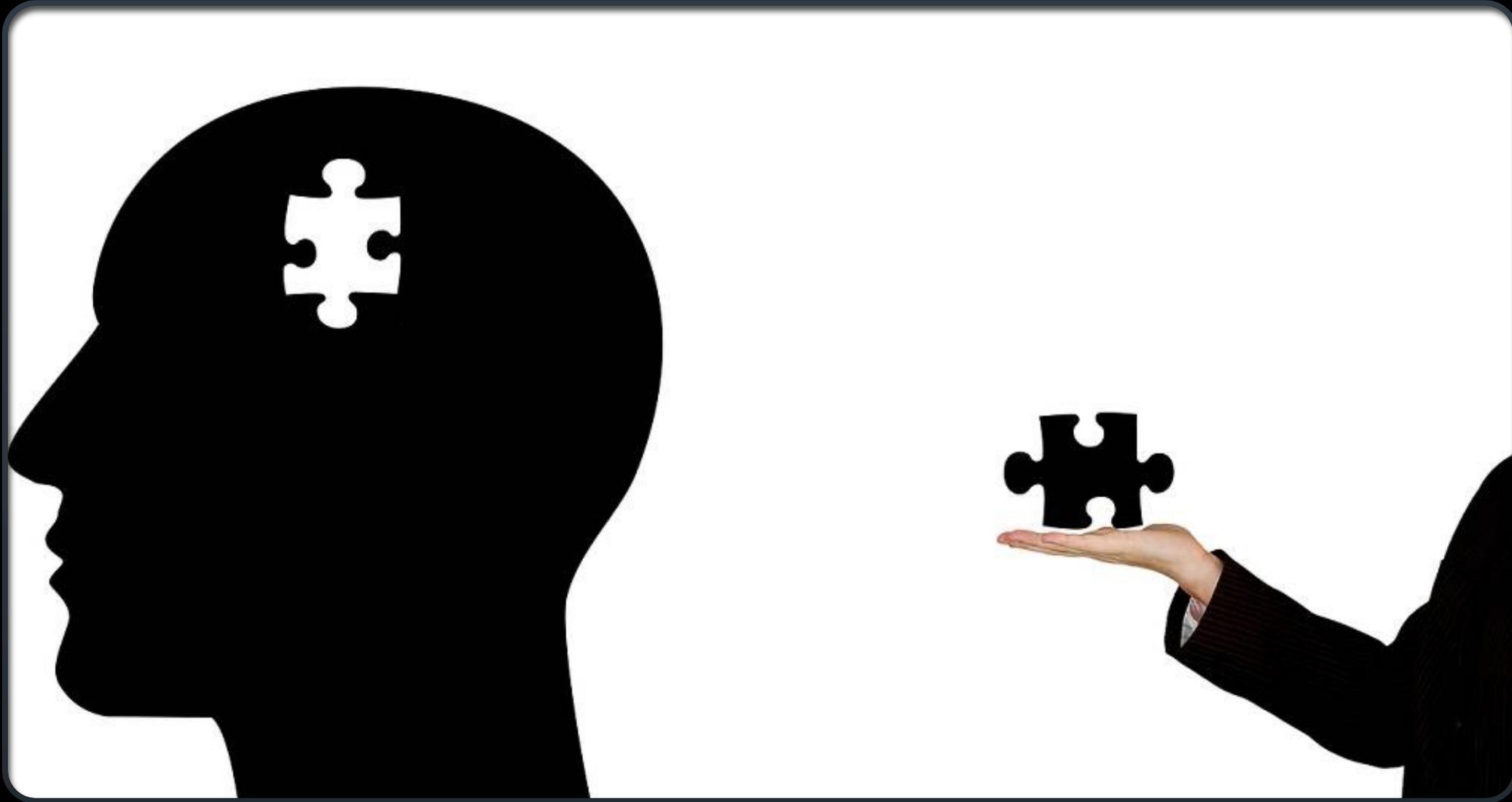


BREXIT
← →

EL PARLAMENTO BRITÁNICO
ENTRA EN RECESO

EL "TRUMP BRITÁNICO" GOBERNARÁ EL REINO UNIDO

T13



Atribución de responsabilidad

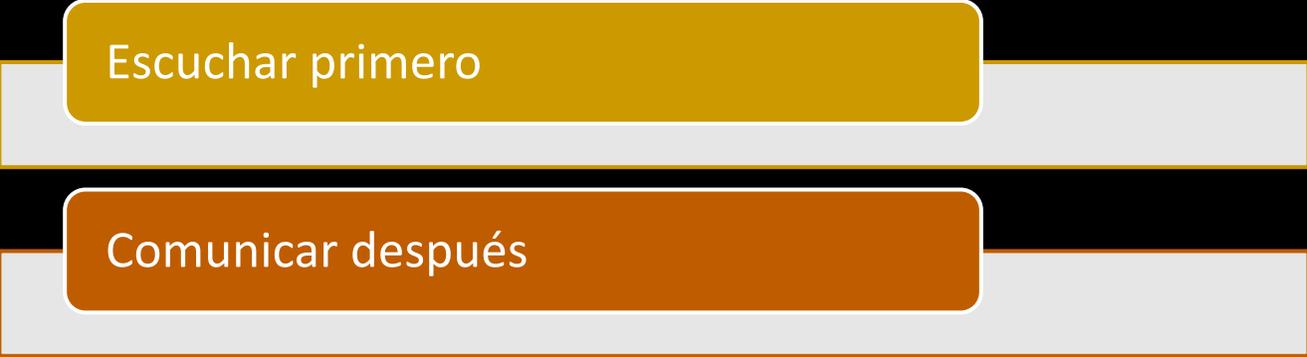
Conflicto

Moralidad

Económico

Interés humano

FRAMING EN CRISIS



Escuchar primero

Comunicar después

FRAMING DE NUESTRA COMUNICACIÓN

DANIEL LÓPEZ ROSETTI

EMOCIÓN Y SENTIMIENTOS



NO SOMOS SERES RACIONALES, SOMOS
SERES EMOCIONALES QUE RAZONAN

PRÓLOGO DE JORGE FERNÁNDEZ DÍAZ

 Planeta

“La emoción decide
y la razón justifica”

DE LOS CREADORES DE **UP** Y **MONSTERS, INC.**

Disney · PIXAR

INTENSA MENTE



CONOCERÁS A LAS PEQUEÑAS VOCES DENTRO DE TU CABEZA
SÓLO EN CINES • TAMBIÉN EN 3D

[f](#) [/PixarDisney](#) [You Tube](#) [/WaltDisneyStudioLA](#) [DISNEYLATINO.COM](#) [/PELICULAS](#)



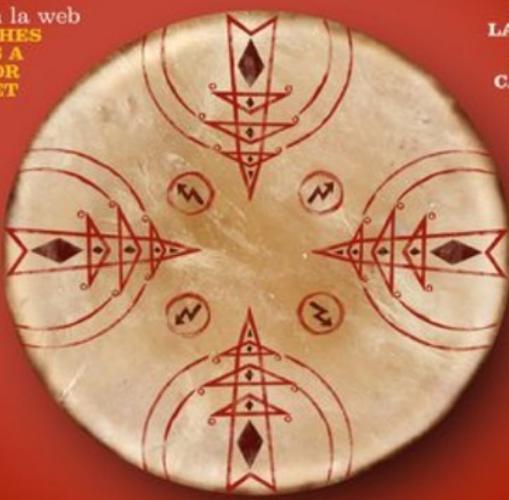
Emociones / Sentimientos

EL MERCURIO
SABADO
28 DE
MAYO
DE 2011
Nº 662

Amor en la web
**DOS NOCHES
DE CITAS A
CIEGA POR
INTERNET**

VALERIE PLAME
**LA AGENTE
SECRETA
QUE DEJÓ
CAER BUSH**

¿TIEMPO
DE DECIR
ADIOS?
POR ROBERTO MENDIOLA



**LOS PEHUENCHES
DESPUÉS DE RALCO**
VIVIR CERCA DE UNA CENTRAL HIDROELÉCTRICA
HACE SIETE AÑOS SE LEVANTÓ LA REPRESA EN ALTO BIODIO. CON EL COMPROMISO DE
DESARROLLO PARA SUS HABITANTES. ¿CÓMO ESTÁN HOY? ¿CÓMO LOS AFECTÓ? VIAJAMOS A
LA ZONA, EN MEDIO DE LA ACTUAL POLÉMICA POR LA CONSTRUCCIÓN DE HIDROAYSÉN.

ESTE EJEMPLAR ES GRATUITO Y CIRCULA JUNTO AL DIARIO EL MERCURIO. PROHIBIDA SU VENTA.

Compromisos de HidroAysén con la Región de Aysén

Energía más Barata:

Reduza sustancial en el costo de la energía para la Región de Aysén.

Infraestructura:

- 157 kilómetros de mejoramiento y reposición de caminos públicos y de la Ruta 7, entre la confluencia de los ríos Baker y Nef y el campamento del CMT (Cuerno Militar de Trabajo).
- Construcción de 50 kilómetros de nuevos caminos para el proyecto: 30 de ellos en la zona del río Pascua para acceder al Lago Chico y las concuras del Ventisquero Quirós.
- Construcción y habilitación de nueva infraestructura en Puerto Yungay Inútil, alto de contenedores, áreas de almacenamiento y áreas de servicios.
- Incorporación y operación de una bodega rol-on - rol off para el cruce entre Puerto Yungay y el Río Bravo, junto a la construcción de 2 nuevas rampas, una en cada punto geográfico.
- Construcción de un relleno sanitario en el sector de San Lorenzo.
- Habilitación de un centro médico en Cochrane y de policlínica para los trabajadores en las áreas de faena, infraestructura y equipamiento del proyecto. Una vez concluida la etapa de construcción, el centro médico de Cochrane quedará para uso y beneficio de la comunidad.

Turismo:

- Construcción e implementación de los Centros de Difusión Turística en las comunas de Cochrane, Villa O'Higgins, Calera Tortel y Puerto Bertrand.
- Diseño e implementación de un Plan Integrado de Turismo que reestructura medidas orientadas al fortalecimiento del capital humano de la industria turística regional, la habilitación de nueva infraestructura turística y el fomento de la oferta turística.
- Elaboración de un Plan de Marketing Turístico para la Región de Aysén con medidas específicas de promoción y posicionamiento de la región como destino turístico.

Desarrollo Sociocultural:

- Construcción e implementación de 3 Centros de Difusión Cultural en las comunas de Cochrane, Villa O'Higgins y Calera Tortel.
- Implementación del Plan Atención al Vecino, programa de residencia que incorpora un mecanismo de ingreso a mano de obra y proveedores locales al proyecto.
- Construcción de una planta leñadora y frigorífico para la producción de 300.000 kilos de carne de vacuno y ovino (1.500 cabezas de ganado bovino y 1.200 cabezas de ganado ovino al año).
- Invernaderos y mecanización agrícola para producción de 1.000.000 de kilos de hortalizas, mediante un Programa de Fondos Concursables y asistencia técnica.
- Plan de Desarrollo Agrícola para 150 agricultores de la Provincia de Capitán Prat que contempla Plan de Riego, Programa de Buenas Prácticas Agrícolas y Ganaderas, Programa de Mejoramiento Genético y Sanitario, Programa de Comercialización y Transporte y Programa de Mejoramiento de Praderas.

Educación:

- Programa de Becas Aysén: Contempla 60 becas de educación superior anuales, 30 para estudios técnicos y profesionales en Aysén y 30 para estudios profesionales fuera de la región, por un periodo de 10 años desde el inicio de la construcción del proyecto.
- Programa de Becas Liceo Lord Cochrane: Contempla un total de 28 becas anuales, 15 para carreras técnicas o profesionales en Aysén y 10 para carreras fuera de la región, por un periodo de 10 años desde el inicio de la construcción del proyecto.
- Programa de Mejoramiento de Infraestructura Educativa: Consigna el apoyo para la transformación del Liceo Lord Cochrane en una unidad polivalente y el mejoramiento de las escuelas básicas de Cochrane, Villa O'Higgins y Calera Tortel; además, de incluir la capacitación de profesores en metodologías en enseñanza y evaluación por un periodo de 10 años, además de equipamiento.

Programa de Mano de Obra Local:

Integrar al menos un 30% de mano de obra local en la fase de construcción del proyecto para personas mayores de 18 años y que vivan en la zona de influencia del proyecto, así que serán capacitadas para que esto sea posible. Las empresas contratistas y subcontratistas deberán asumir y acoger la política de contratación local señalada.

Fondos Concursables:

Considera el financiamiento de proyectos y capacitaciones en ámbitos como la administración, contabilidad y manejo de negocios para potenciar el desarrollo del sector servicios - transporte, hotelería, turismo, comercio y construcción - y facilitar su eventual encadenamiento al proyecto.

Equipamiento en Salud:

Aporte complementario de equipamiento del Hospital de Cochrane y las postas de Calera Tortel y Villa O'Higgins.

PATAGONIA CHILENA ¡SIN REPRESAS!

NUESTRA
HERMOSA
PATAGONIA
¿QUÉ SALVAJE
HARÍA ESTO?

**HIDROAYSÉN
LO HARÍA**





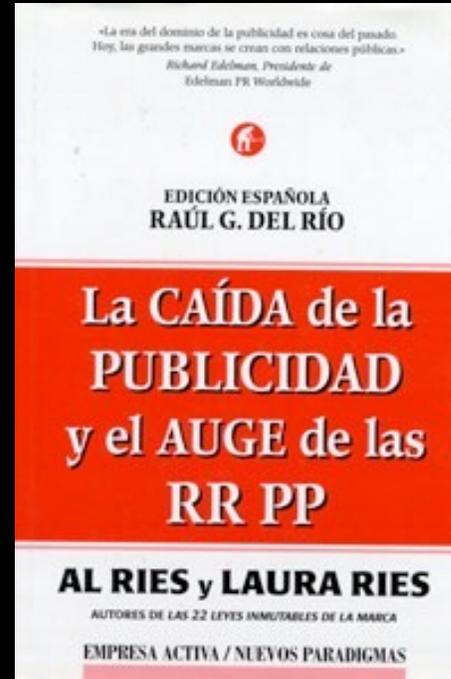
SI TODA ESTA PÁGINA FUERA LA REGIÓN DE AYSÉN, ESTE PUNTO REPRESENTARÍA LA SUPERFICIE INUNDADA POR HIDROAYSÉN.

El proyecto HidroAysén embalsará una superficie de 5.910 hectáreas, equivalentes a sólo 0,05% del total de la Región de Aysén.

Infórmate de verdad en www.hidroaysen.cl



EL PODER DE LOS TERCEROS



“La mayoría de la gente decide lo que es mejor, averiguando lo que los demás piensan que es mejor. Y las dos fuentes principales para tomar esa decisión son los medios de comunicación y el boca a boca”



“Lo importante no es cómo se presenta la realidad, sino cómo se interpreta”

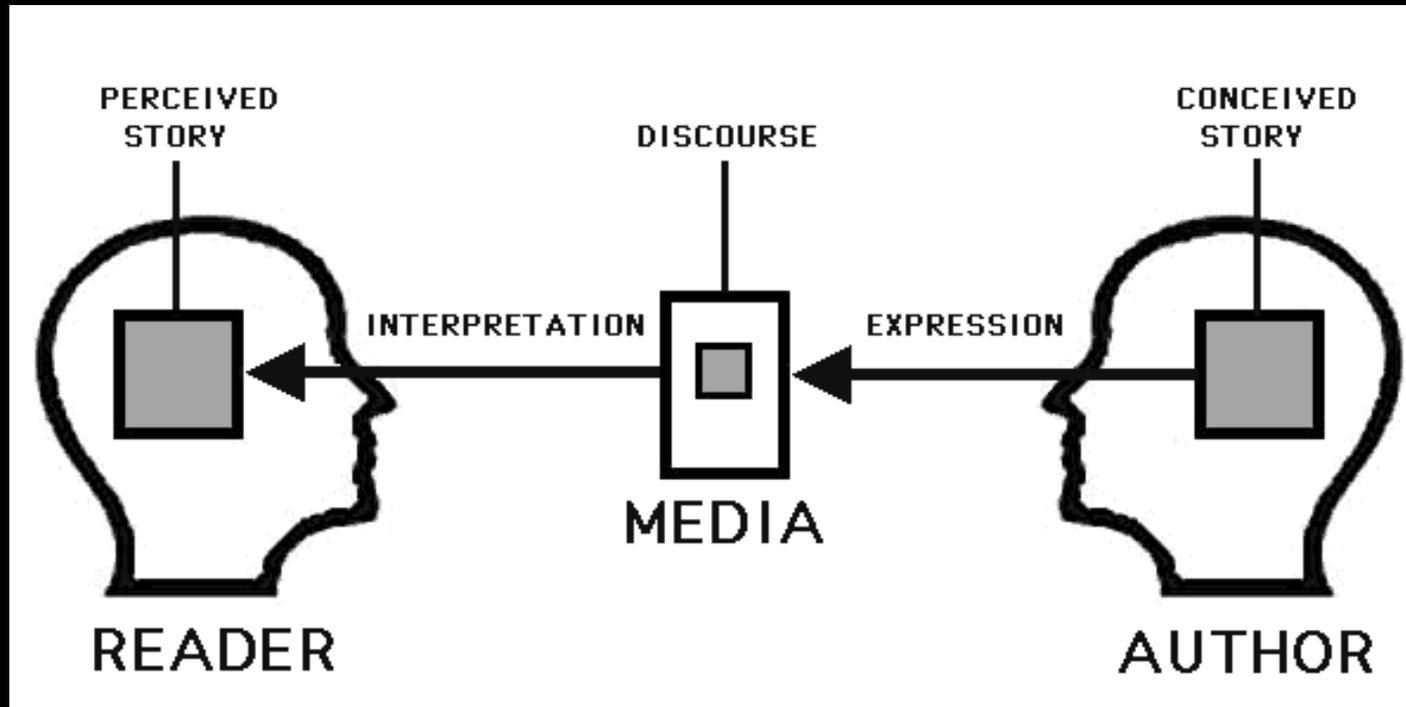
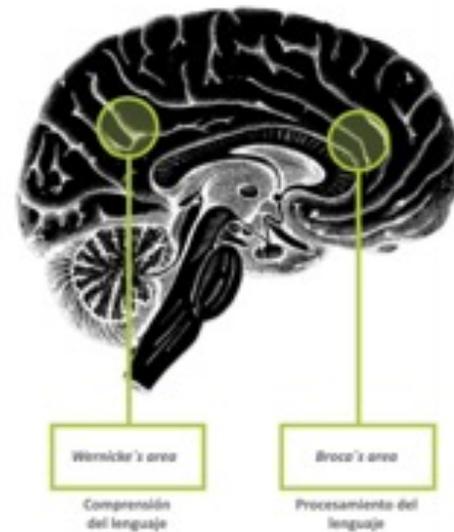


Figura 41. Impacto de los datos vs. las historias en el cerebro

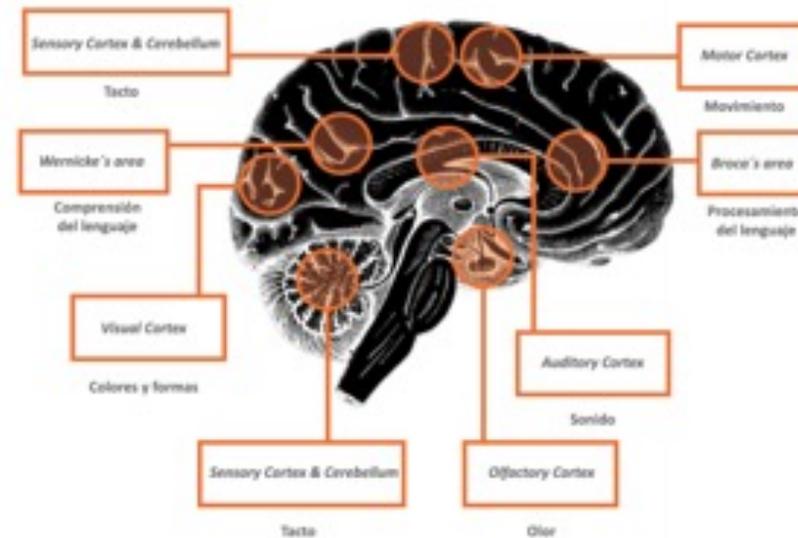
Impacto de los datos en el cerebro

Las cifras y los datos activan dos partes de nuestro cerebro



Impacto de las historias en el cerebro

Las historias pueden activar hasta siete regiones diferentes del cerebro



Fuente: Panadero, 2016: 8.

¡¡ MUCHAS GRACIAS !!

pdussaib@uc.cl

Esta presentación está basada, principalmente, en ideas y aportes de distintos autores y especialistas, que aquí han sido sistematizadas con el objetivo de fundamentar un enfoque de la comunicación corporativa y de crisis