

PROVINCIA TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO
SUR

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CREACIÓN DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SOBRE
MANEJO DEL FUEGO Y PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
EX-2025-00065210- -CFI-GES#DC

INFORME FINAL

JUNIO 2026

SMART DATA S.A.S

ÍNDICE GENERAL

1. EQUIPO.....	3
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
3. INTRODUCCIÓN.....	6
4. COMPONENTE 1: INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO.....	9
Tarea 1.1 Sistematización de la información sobre siniestros ocurridos en la provincia.....	9
Tarea 1.2 Relevamiento y análisis de mejores prácticas y casos de éxito a nivel nacional.....	17
Tarea 1.3 Producción de recomendaciones y observaciones.....	21
Tarea 1.3.1 Recomendaciones estratégicas.....	24
Tarea 1.3.2 Hoja de ruta a mediano plazo (18–36 meses).....	26
5. COMPONENTE 2: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN.....	29
Tarea 2.1. Desarrollo de plan comunicacional.....	29
Tarea 2.2 Definición de mensajes y contenido informativo.....	33
Tarea 2.3. Creación de identidad de marca.....	36
Tarea 2.4. Producción de contenidos audiovisuales.....	39
Tarea 3.1. Desarrollo de sitio web y canales digitales.....	39
Tarea 3.1.1 Lanzamiento de sitio web y canales digitales.....	40
Tarea 3.2. Realización de campaña publicitaria.....	41
Tarea 3.3. Construcción de métricas y reporte.....	44
6. COMPONENTE 3: EVALUACIÓN Y MONITOREO.....	46
Tarea 4.1. Construcción de indicadores de evaluación.....	46

Tarea 4.2. Evaluación previa y posterior a la campaña.....	50
Tarea 4.3 Consolidación de recomendaciones.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Relevamiento de normativa provincial aplicable.....	10
Tabla 2: Cuadro resumen comparativo de mejores prácticas comunicacionales a nivel nacional.....	21
Tabla 3. Cuadro resumen de mejoras comunicacionales aplicables a la evaluación actual de la provincia.....	23
Tabla 4. Cuadro resumen de recomendaciones estratégicas.....	29
Tabla 5. Síntesis de tareas, productos y resultados esperados del Componente.....	32
Tabla 6. Principales métricas y resultados reportados para la ejecución de campaña digital.....	46
Tabla 7. Síntesis de variación de indicadores clave sobre impacto de la campaña corrida durante los últimos meses.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cantidad de focos de calor registrados hasta 2024 (último dato disponible, escalando el pico del gran incendio de diciembre 2022).....	11
Gráfico 2: Incendios forestales reportados desde 2018 a 2025 (2015 a 2017 inclusive sin datos disponibles).....	12
Gráfico 3: Superficie afectada por incendios reportados desde 2019 a 2025 (2015 a 2018 inclusive sin datos disponibles).....	12

Gráfico 4: Evolución de indicadores clave de conocimiento e información	58
Gráfico 5. Indicadores de evolución de comportamientos preventivos y disposición al cambio de hábitos.....	59
Gráfico 6. Recordación espontánea de campañas vinculadas a manejo del fuego.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Documento de Mensajes Clave.....	62
Anexo 2: Guía de lineamientos para la producción de contenidos.....	66
Anexo 3: Estructura de voceros institucionales.....	73
Anexo 4: Protocolo de Comunicación de Riesgo y Crisis.....	77
Anexo 5: Resultados tabulados - Encuesta de percepción sobre manejo del fuego (previa a ejecución de campaña).....	84

1. EQUIPO

Coordinadora del Proyecto:

Carolina Ortega

Colaboradores:

Carolina Taborda

Mauro Gualdrini

Matías Falco

Micaela Marengo

Alejandro Van Morlegan

Ariel Carrel

María Torreche

Rodrigo González

Carolina Romero

Lucía Ortellado

Diego Jiménez

Juan Pablo Molina

Joaquín Chervero

Magalí del Mazo

Maximiliano Harris

Sol Wolgast

Tomás Bustos

Rodrigo Banus

Facundo Partemi

2. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto “Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego y Prevención de Incendios Forestales en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur” tiene como objetivo último contribuir al fortalecimiento de las políticas públicas provinciales en materia de prevención y gestión del riesgo de incendios, a través de la creación de un sistema unificado, basado en evidencia, orientado a la concientización ciudadana y dotado de mecanismos de evaluación y monitoreo.

El presente documento expone los avances realizados de acuerdo al plan de trabajo aprobado, correspondientes a una segunda instancia de profundización, y consolidación del proyecto, en la que se amplían los resultados de investigación, se desarrollan con mayor nivel de detalle los componentes comunicacionales y se avanza en la validación de herramientas operativas y de evaluación.

A tal fin, se ha trabajado en base al Plan de tareas organizado en función de los 3 (tres) componentes que comprenden las distintas dimensiones del proyecto, a saber:

Componente 1 – Investigación y diagnóstico

Orientado a la producción de un relevamiento sistemático y un análisis comparado que permitan comprender la problemática del fuego en la provincia y recuperar aprendizajes de otras experiencias.

- Tarea 1.1 Sistematización de la información sobre siniestros ocurridos en la provincia.
- Tarea 1.2 Relevamiento y análisis de mejores prácticas y casos de éxito a nivel nacional.
- Tarea 1.3 Producción de recomendaciones y observaciones.

En este componente se avanzó en la ampliación y profundización del relevamiento de información conforme a las devoluciones previas. Asimismo, se completó la Tarea 1.3, integrando recomendaciones estratégicas que incorporan no solo la dimensión digital, sino también lineamientos vinculados a la comunicación pública integral.

Componente 2 – Diseño e implementación

Destinado al desarrollo de una estrategia comunicacional integral, coherente con los hallazgos del diagnóstico y orientada a la prevención y concientización ciudadana.

- Tarea 2.1 Desarrollo del plan comunicacional.
- Tarea 2.2 Desarrollo de mensajes.
- Tarea 2.3 Creación de identidad de marca.
- Tarea 2.4 Producción de contenidos audiovisuales.
- Tarea 3.1 Desarrollo de diseño gráfico de sitio web
- Tarea 3.2 Realización de campaña publicitaria

Durante este período se avanzó en la consolidación del plan comunicacional, incorporando una planificación más detallada de la campaña digital y recomendaciones

accionables para su implementación, incluyendo estrategias de vocería. Asimismo, se avanzó en la construcción de la identidad de marca y se desarrollaron contenidos específicos, incorporando lineamientos conceptuales y muestras gráficas. De manera complementaria, se presentan avances en la implementación mediante mockups y simulaciones.

Componente 3 – Evaluación y monitoreo

Enfocado en el diseño de herramientas que permitan medir el impacto de la estrategia comunicacional y retroalimentar la política pública.

- Tarea 4.1 Construcción de indicadores de evaluación.
- Tarea 4.2 Evaluación previa y posterior a la campaña.

En esta etapa se avanzó en la implementación de las herramientas de evaluación, no obstante, la dificultad para alcanzar el volumen de casos necesario para garantizar la representatividad de la muestra generó demoras en el desarrollo previsto del plan de trabajo. A pesar de ello, se presentan los resultados obtenidos al momento, los cuales constituyen un primer insumo relevante para la comprensión de la percepción social de la problemática y para el ajuste de la estrategia comunicacional en las siguientes etapas del proyecto.

3. INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al Informe Final del proyecto “Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego y Prevención de Incendios Forestales en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur”, y tiene como objetivo presentar de manera integral los resultados alcanzados durante el desarrollo de la consultoría, así como los productos, herramientas, campañas, evaluaciones y recomendaciones elaboradas para fortalecer las capacidades provinciales en materia de prevención y comunicación del riesgo asociado a los incendios forestales.

A lo largo de su ejecución, el proyecto se estructuró en torno a un enfoque integral que articuló investigación, análisis comparado, diseño estratégico, producción de contenidos, implementación de acciones de comunicación y evaluación de resultados. Este abordaje permitió construir una propuesta basada en evidencia, orientada a promover cambios de comportamiento, fortalecer la corresponsabilidad ciudadana y contribuir a la consolidación de políticas públicas preventivas en la provincia.

En el marco del Componente 1, se completó el relevamiento y sistematización de información estadística, normativa y territorial vinculada a los incendios forestales en Tierra del Fuego, incorporando fuentes técnicas, aportes de especialistas y análisis de experiencias desarrolladas en otras jurisdicciones del país. Asimismo, se consolidó el conjunto de observaciones y recomendaciones estratégicas derivadas del diagnóstico, integrando tanto aspectos vinculados a la comunicación digital como lineamientos aplicables a la comunicación institucional, la gestión de vocerías, la articulación interinstitucional y la difusión a través de medios tradicionales.

En relación con el Componente 2, se desarrolló de manera completa la estrategia comunicacional del proyecto, incluyendo el plan de comunicación, la definición de mensajes clave, la creación de la identidad conceptual y visual del sistema, la elaboración de contenidos para distintos formatos y públicos, y la producción de materiales destinados tanto a entornos digitales como a espacios de circulación presencial y comunitaria. Asimismo, se incorporan las piezas gráficas, propuestas creativas, ejemplos de aplicación y desarrollos producidos durante la ejecución.

Por su parte, el Componente 3 presenta el conjunto de herramientas y activos digitales diseñados para la implementación del sistema, incluyendo la propuesta de sitio web, la estructura de canales digitales, los lineamientos para redes sociales y los materiales desarrollados para la campaña. En esta instancia se incorporan también los resultados de la implementación digital realizada, junto con simulaciones, métricas y ejemplos de publicación que permiten visualizar el funcionamiento integral del ecosistema de comunicación propuesto.

Finalmente, en el marco del Componente 4, se presentan los resultados obtenidos a partir de las acciones de evaluación y monitoreo desarrolladas durante el proyecto. En particular, se incluyen los avances correspondientes a la medición previa y posterior a la campaña, el análisis de indicadores de desempeño, la construcción de reportes de resultados y la consolidación de recomendaciones orientadas a fortalecer futuras acciones de prevención y comunicación pública del riesgo. Estos insumos permiten no solo valorar el impacto alcanzado por la estrategia implementada, sino

también identificar oportunidades de mejora y líneas de trabajo para la sostenibilidad del sistema en el tiempo.

De este modo, el presente informe constituye el cierre del proceso de consultoría y reúne el conjunto de productos, evidencias y aprendizajes generados durante su ejecución, ofreciendo a la Provincia de Tierra del Fuego una hoja de ruta comunicacional, herramientas operativas y recomendaciones estratégicas destinadas a fortalecer la prevención de incendios forestales y la construcción de una cultura de cuidado y corresponsabilidad ambiental.

4. COMPONENTE 1: INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO

Tarea 1.1 Sistematización de la información sobre siniestros ocurridos en la provincia

La presente tarea se orientó a la recopilación, ordenamiento y análisis de información estadística, normativa y documental sobre los incendios forestales ocurridos en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, con el objetivo de construir una base empírica sólida que permita dimensionar el problema, identificar tendencias y aportar insumos estratégicos para el diseño de la estrategia comunicacional del proyecto.

El abordaje se estructuró a partir de tres niveles de análisis complementarios. En primer lugar, se trabajó sobre el nivel normativo, relevando el marco legal vigente en la provincia en materia de prevención, manejo del fuego, emergencias y uso del fuego en zonas agrestes. En segundo término, se desarrolló un nivel de evidencia empírica, con foco en la última década, a partir del análisis de datos oficiales sobre focos de calor, incendios reportados y superficie afectada. Finalmente, se incorporó un nivel de referencia experta, recuperando el aporte de especialistas y equipos de investigación con trayectoria en la temática, que permiten contextualizar los datos desde una perspectiva socioambiental y comunicacional.

Para el relevamiento se utilizaron fuentes oficiales provinciales y nacionales, así como registros provenientes de organismos vinculados al manejo del fuego, la protección civil y la gestión ambiental. El proceso incluyó datos sobre cantidad de siniestros, localización geográfica, estacionalidad, superficie afectada, causas registradas, tiempos de respuesta y principales impactos ambientales y sociales, cuando dicha información se encontraba disponible.

La información recolectada fue sistematizada en una serie de matrices y esquemas, lo que permitirá su posterior análisis comparativo y la elaboración de visualizaciones preliminares. Este proceso posibilitó identificar patrones relevantes, tales como la concentración temporal de los eventos en determinadas épocas del año, la recurrencia de incendios en áreas específicas y la incidencia significativa de factores antrópicos en el origen de los siniestros.

Cabe señalar que, si bien se logró avanzar de manera significativa en el relevamiento cuantitativo y documental, el acceso a actores clave para la realización de entrevistas en profundidad se vio limitado, dado que el período de trabajo coincidió con meses de receso institucional y menor disponibilidad de profesionales y especialistas en la provincia. No obstante, la información sistematizada constituye una base robusta para la comprensión inicial de la problemática y para el diseño de mensajes alineados con la realidad territorial.

Los resultados de esta tarea sientan así las bases para la construcción de un repositorio de información accesible a la ciudadanía, así como para la definición de ejes temáticos prioritarios dentro de la estrategia de comunicación del proyecto.

a) Nivel normativo

El relevamiento permitió identificar un marco regulatorio acotado pero consistente, orientado a ordenar las pautas vinculadas a la prevención, el manejo del fuego y las situaciones de emergencia ígnea. No obstante, se observa que la regulación se presenta de manera fragmentada, a través de leyes, decretos y

resoluciones que, en muchos casos, se activan de manera sucesiva según el contexto de riesgo (prohibiciones, emergencias, excepciones).

Las normas, en su mayoría, se encuentran disponibles en formato digitalizado a partir de documentos escaneados, con textos extensos y lenguaje técnico, lo que dificulta su comprensión por parte de la ciudadanía. Este aspecto refuerza la necesidad de traducir el marco legal en pautas claras, simples y accionables, que orienten conductas seguras en el territorio.

El núcleo del sistema normativo se estructura tal como se plasma en la Tabla 1:

Norma	Resumen	Link
Ley Provincial N° 1550 – Prevención de Incendios Forestales y Rurales	Establece el marco legal integral para la prevención, detección, control y extinción de incendios forestales y rurales en la provincia. Define competencias, responsabilidades, sanciones, acciones preventivas obligatorias y la coordinación entre organismos públicos y privados. Prioriza la prevención como eje central de la política pública.	Link
Decreto N° 2336/12 – Prohibición de encender fuego en temporada alta	Prohíbe encender fuego en todo el territorio provincial durante los períodos de mayor riesgo de incendios, incluso en áreas habitualmente habilitadas. Establece excepciones limitadas y refuerza la facultad del Estado para restringir actividades ante condiciones climáticas extremas.	Link
Decreto Provincial N° 274/2022 – Declaración de Emergencia Ígnea	Declara el estado de emergencia ígnea en la provincia frente al incremento de incendios forestales. Habilita medidas extraordinarias, refuerza la asignación de recursos y prioriza acciones de prevención, combate y recuperación ambiental.	Link
Resolución SA N° 143/2022 – Requisitos para habilitación de fogones	Establece las condiciones técnicas, de seguridad y mantenimiento que deben cumplir los fogones de uso público y privado para ser habilitados, con el objetivo de reducir riesgos de propagación del fuego.	Link
Resoluciones MPyA N° 2625/21 y 2624/21 – Marco regulatorio de aserraderos y reglamento de quema	Regulan las actividades de aserraderos y las prácticas de quema de residuos forestales, estableciendo condiciones, procedimientos y controles para minimizar el riesgo de incendios y garantizar la seguridad ambiental.	Link ; Link 2
Resolución SA N° 294/21 – Inicio de la temporada 2021/2022	Determina el inicio formal de la temporada de riesgo de incendios, activando los protocolos preventivos y las restricciones previstas en la normativa vigente.	Link
Resolución MPyA N° 875/2022 – Prohibición de hacer fuego	Declara la prohibición total de encender fuego en el territorio provincial durante el período de vigencia, reforzando las medidas preventivas frente a condiciones críticas.	Link

Ley Provincial N° 1457 – Emergencia Ambiental	Declara la emergencia ambiental en la provincia, habilitando al Poder Ejecutivo a adoptar medidas excepcionales para proteger los ecosistemas, prevenir daños graves y acelerar acciones de mitigación y restauración (por el período de un año desde diciembre de 2022, a partir del Decreto reglamentario 274-22)	Link
--	--	----------------------

Tabla 1. Relevamiento de normativa provincial aplicable.

Este entramado legal constituye un soporte fundamental, aunque requiere ser acompañado por estrategias comunicacionales que faciliten su apropiación social.

b) Nivel de evidencia empírica

Los datos históricos de focos de calor¹ (Gráfico 1), incendios reportados y superficie afectada en la provincia permiten identificar tendencias que deben interpretarse a la luz del contexto social y territorial.

En primer lugar, resulta fundamental señalar que, de acuerdo con los registros oficiales y los antecedentes del manejo del fuego en la provincia, la gran mayoría de los focos de calor y de los incendios se encuentran vinculados a causas humanas, ya sea de carácter accidental o derivadas de actividades intencionales. Entre ellas se destacan aquellas asociadas al uso recreativo del territorio, como fogones en campings, zonas de pesca, áreas de picnic y senderos de trekking, donde el uso indebido del fuego o la falta de medidas de seguridad constituyen un factor de riesgo recurrente.

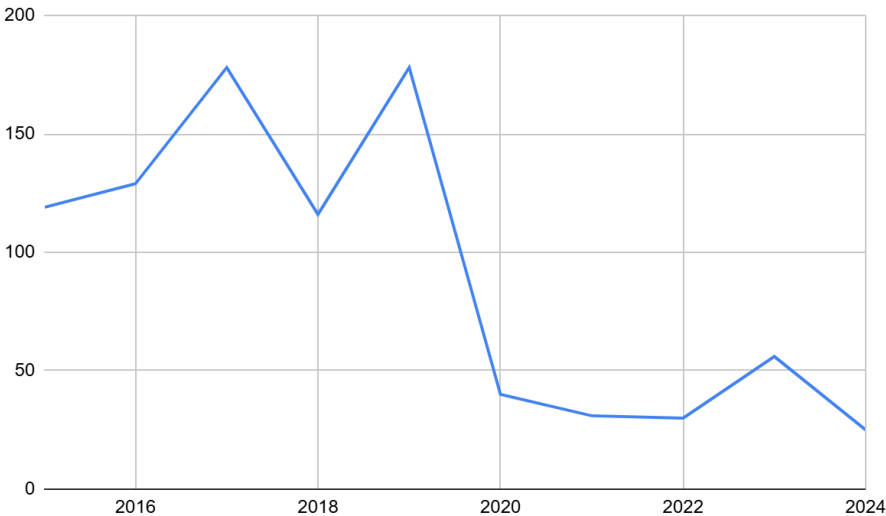


Gráfico 1. Cantidad de focos de calor registrados hasta 2024 (último dato disponible, escalando el pico del gran incendio de diciembre 2022). CIAM.

En este marco, se observa que los años previos a la pandemia (2015–2019) presentan valores elevados de focos de calor, con picos particularmente altos en 2017 y 2019. A partir de 2020 se registra una caída abrupta, que coincide con el fuerte freno en la circulación de personas externas a la isla y la reducción de actividades turísticas y

¹ CIAM. Datos obtenidos de los dataset de acceso público sobre riesgo producidos por el CIAM (Centro de Información Ambiental). Disponible en: <https://ciam.ambiente.gob.ar/repositorio.php?tid=19&stid=51&did=316#>, fecha de último acceso 06/04/2026.

recreativas producto de las restricciones sanitarias. Esta disminución se mantiene durante 2021, para luego mostrar un repunte en 2023, cuando se restablecen plenamente la movilidad y las prácticas recreativas en el territorio.

La serie de incendios reportados (Gráfico 2) refuerza esta lectura: tras varios años sin registros sistematizados, se observa un incremento a partir de 2018, con oscilaciones en 2019 y 2020, y un aumento sostenido desde 2021 en adelante. Este comportamiento sugiere no solo una mayor ocurrencia de eventos, sino también un fortalecimiento progresivo de los sistemas de registro y notificación.

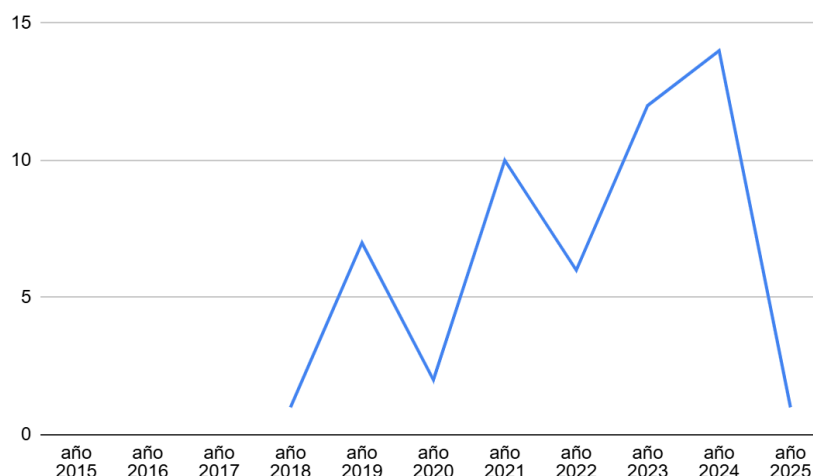


Gráfico 2. Incendios forestales reportados desde 2018 a 2025 (2015 a 2017 inclusive sin datos disponibles).

Por su parte, la superficie afectada (Gráfico 3) evidencia un comportamiento marcadamente desigual, con un valor extraordinario en 2022, año en el que se produjo el mayor incendio de los últimos tiempos en la provincia, en la Reserva Corazón de la Isla. Este evento, de gran impacto ambiental y social, explica el pico excepcional de más de 8.000 hectáreas afectadas y constituye un punto de inflexión en la percepción pública del riesgo, reforzando la necesidad de políticas integrales de prevención, comunicación y corresponsabilidad ciudadana.

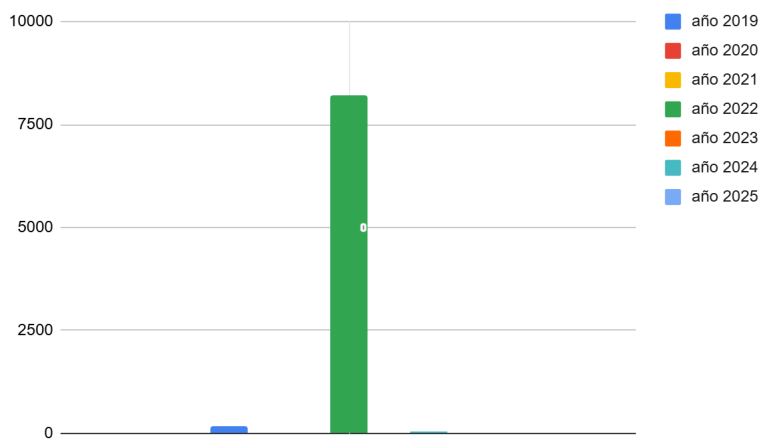


Gráfico 3. Superficie afectada por incendios reportados desde 2019 a 2025 (2015 a 2018 inclusive sin datos disponibles).

En conjunto, estos indicadores muestran que el riesgo de incendios en Tierra del Fuego no responde únicamente a factores naturales, sino que se encuentra estrechamente ligado a los comportamientos sociales, a los flujos de personas en el territorio y al nivel de conciencia y cumplimiento de las normas. Por ello, la estrategia de comunicación y prevención del presente proyecto se sostiene en la premisa de que informar, sensibilizar y orientar prácticas seguras es una condición indispensable para reducir la ocurrencia y el impacto de estos eventos.

La información estadística presentada se complementa con un conjunto de insumos geoespaciales relevados que permiten dimensionar territorialmente el impacto de los incendios forestales en la Isla Grande de Tierra del Fuego, así como el alcance espacial de las regulaciones vigentes en materia de prevención y uso del fuego. Estos mapas constituyen una herramienta estratégica para integrar la variable ambiental, normativa y de riesgo en un mismo soporte visual, facilitando la comprensión de la problemática desde una perspectiva territorial.

En primer lugar, se dispone de una capa cartográfica que releva las áreas de bosque nativo afectadas por incendios en la Isla Grande de Tierra del Fuego, producto tanto de condiciones climáticas como de causas antrópicas. Esta capa incluye los principales eventos de gran escala registrados en los años 1978, 2008, 2012, 2013, 2019 y 2022, así como otros incendios sin fecha precisa que fueron incorporados al Ordenamiento Territorial de los Bosques Nativos (OTBN) en su actualización de 2019. Su elaboración se basó en el análisis de imágenes satelitales Landsat-5, Landsat-7, SPOT-7 y Google Earth Satellite, complementadas con registros de sobrevuelos y relevamientos de campo. El insumo fue producido por la Dirección General de Bosques y actualizado por la Dirección General de Ordenamiento Territorial y Gestión de Ambientes Forestales², lo que le otorga validez institucional y consistencia técnica.

Este mapa permite identificar patrones espaciales recurrentes, zonas críticas y áreas de mayor recurrencia de eventos, aportando una lectura histórica y acumulativa del impacto del fuego sobre los ecosistemas forestales de la provincia. Asimismo, posibilita visualizar la superposición entre áreas afectadas, zonas de alto valor de conservación y sectores de uso recreativo o productivo, reforzando la hipótesis de la incidencia de factores humanos en la génesis de muchos de los incendios.

Como complemento, se incorporó una capa vectorial que representa la normativa territorial asociada a la Ley Provincial N° 1550/2024, sancionada el 18 de junio de 2024, sobre Prevención de Incendios Forestales y Rurales en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Esta ley establece un marco integral de acciones, normas y procedimientos orientados a reducir el riesgo de ocurrencia de incendios, promoviendo programas de prevención, regulación del uso del fuego y fortalecimiento de los sistemas de control y fiscalización.

La cartografía normativa permite identificar espacialmente las zonas alcanzadas por las disposiciones legales, así como los sectores donde rigen restricciones específicas. A su vez, la Ley N° 1550 mantiene la vigencia de las excepciones para

² Recurso producido por la Dirección General de Bosques en conjunto con la Dirección General de Ordenamiento Territorial y Gestión de Ambientes Forestales de la provincia. Disponible en: <https://tiles.tierradelfuego.gob.ar/catalogue/#/?filter%7Bowner.username.in%7D=DGOTyGAF&d=255%3Bdataset>

hacer fuego exclusivamente en sitios habilitados, siempre que el índice de peligrosidad lo permita y que se conserven las condiciones bajo las cuales dichos permisos fueron otorgados. Esta información, representada geográficamente, resulta un insumo clave para articular la comunicación pública del riesgo, orientar conductas seguras y fortalecer la corresponsabilidad ciudadana.

En conjunto, estos indicadores confirman que el riesgo de incendios no responde únicamente a factores naturales, sino que se encuentra estrechamente ligado a los comportamientos sociales y al cumplimiento de las normas.

c) Nivel de referencia experta

Finalmente, el posicionamiento de equipos técnicos e investigadores de la provincia se condice con las tendencias que surgen del relevamiento. En este sentido, se destaca el aporte de la Dra. Natalia Oro Castro (UNTDF), quien sostiene que los incendios forestales en Tierra del Fuego no forman parte de la dinámica natural del ecosistema, sino que responden casi exclusivamente a la acción humana.

Su trabajo académico y su participación en proyectos de extensión y publicaciones especializadas han puesto en evidencia que, en la región fueguina, los incendios forestales no se inscriben en la dinámica natural del ecosistema, sino que casi siempre son producto de la acción humana —intencional o negligente— en contextos ambientales particularmente sensibles. En sus intervenciones, que se remontan desde 2012, la Dra. Oro Castro ha señalado que, debido a las características climáticas y biológicas de los bosques fueguinos —donde las causas naturales que podrían iniciar incendios, como rayos o actividad volcánica, son extremadamente raras— la gran mayoría de los incendios forestales se produce por acciones vinculadas a prácticas humanas como fogones mal apagados, manejo inadecuado de residuos o negligencia en actividades recreativas y productivas.

Esta dimensión científica se complementa con el trabajo de extensión universitaria liderado por la académica, que busca transformar el conocimiento en acción preventiva y educativa. Un ejemplo destacado es el proyecto de extensión “SOS: Incendios Forestales. Previniendo desde la Educación Ambiental, la Cultura y el Arte”, que fue reconocido por su contribución a la concientización comunitaria. Bajo la dirección de la Dra. Oro Castro, este proyecto articuló actividades de capacitación para docentes y estudiantes, salidas de campo, materiales didácticos y estrategias culturales para promover hábitos responsables frente al uso del fuego.

Desde su visión integral, la Dra. Oro Castro propone que la prevención del fuego debe articularse con la educación y la sensibilización ciudadana, combinando el conocimiento científico con prácticas comunicacionales que promuevan cambios culturales sostenibles. Este enfoque considera que las campañas de concientización no son un complemento opcional, sino un elemento central de la política pública de manejo del fuego, especialmente en territorios como Tierra del Fuego donde el riesgo es eminentemente antropogénico y los ecosistemas no están adaptados a la perturbación por incendios.

En esta misma línea, los aportes relevados a partir de la consulta técnica realizada a la Fundación Vida Silvestre Argentina refuerzan y amplían la evidencia disponible, tanto a nivel nacional como regional. Desde su experiencia, la organización sostiene que los incendios forestales están explicados mayormente por causas antrópicas —ya sea por negligencia o intencionalidad— representando a nivel global

cerca del 75% de los eventos, y alcanzando en Argentina cifras cercanas al 95% según datos oficiales del Servicio Nacional de Manejo del Fuego. Esta caracterización coincide plenamente con el diagnóstico planteado para Tierra del Fuego, donde la ocurrencia de incendios responde de manera predominante a prácticas humanas inadecuadas en contextos ambientales sensibles.

Asimismo, la organización advierte que este fenómeno se ve agravado por la interacción con variables estructurales y contextuales, como el cambio climático, la acumulación de material combustible sin manejo adecuado y la expansión de asentamientos humanos en zonas de riesgo. A ello se suman limitaciones en las capacidades institucionales de prevención y respuesta, lo que configura un escenario donde la recurrencia y magnitud de los incendios tienden a incrementarse si no se abordan de manera integral.

En este marco, la Fundación Vida Silvestre Argentina enfatiza que la prevención basada en la educación ambiental y la comunicación no debe entenderse como un complemento del combate del fuego, sino como un componente estructural de la política pública. La educación ambiental, en tanto herramienta para la construcción de conciencia y la modificación de hábitos, permite abordar las causas de origen de los incendios, especialmente aquellos vinculados al desconocimiento del riesgo asociado al uso del fuego en determinadas condiciones.

En términos de estrategias, la institución destaca la necesidad de desarrollar campañas de comunicación sostenidas en el tiempo, con mensajes claros, accesibles y orientados a la acción, que combinen información, sensibilización y participación comunitaria. Estas campañas deben apoyarse en la credibilidad de fuentes expertas, incorporar componentes emocionales y promover prácticas concretas que la ciudadanía pueda adoptar en su vida cotidiana. Asimismo, se subraya la importancia de comprender en profundidad a los distintos públicos, identificando las barreras que sostienen comportamientos de riesgo, a fin de diseñar intervenciones más efectivas y orientadas al cambio cultural, que entienden de progresión gradual.

Desde esta perspectiva, la ciudadanía no debe ser concebida únicamente como destinataria de normas o advertencias, sino como un actor activo en la prevención. La promoción de la participación social en la elaboración de planes, el fortalecimiento de capacidades comunitarias y la difusión de prácticas responsables —como el adecuado manejo del fuego, el mantenimiento de cortafuegos o la adopción de medidas preventivas en viviendas— resultan elementos clave para reducir el riesgo y fortalecer la resiliencia territorial.

En el plano de la gestión pública, la postura del subsecretario de Manejo del Fuego de la provincia, Rodrigo Cía, aporta una mirada operativa que refuerza la centralidad de la prevención como eje estructurante de la política en la materia. En su rol como funcionario y vocero, encargado de articular acciones en territorio y estrategias comunicacionales, sostiene que la reducción del riesgo de incendios forestales depende en gran medida de la incorporación de prácticas responsables por parte de la ciudadanía, en un contexto donde la mayoría de los eventos tiene origen antrópico.

Desde su área, plantea con énfasis la noción de responsabilidad compartida, planteando que la prevención no puede recaer exclusivamente en la capacidad de respuesta del Estado, sino que requiere del involucramiento activo de la población. En

este sentido, destaca la importancia de promover conductas cotidianas seguras en el uso del fuego, el respeto por las restricciones vigentes y la adopción de medidas preventivas tanto por parte de residentes como de visitantes.

Asimismo, su enfoque subraya la necesidad de sostener una presencia territorial activa, a través de dispositivos de sensibilización, control y acompañamiento en zonas de riesgo, así como de fortalecer estrategias de comunicación directa que permitan incidir sobre los comportamientos en contextos concretos de uso del territorio. Esta combinación entre intervención en campo y comunicación estratégica busca no sólo informar, sino también anticipar situaciones de riesgo y reducir la probabilidad de incendios.

El diagnóstico compartido por Cía incorpora también una dimensión vinculada a la vulnerabilidad de los ecosistemas fueguinos, destacando que la prevención no sólo responde a criterios operativos, sino también a la necesidad de preservar un entorno natural particularmente sensible. En este marco, la construcción de una cultura de cuidado sostenida en el tiempo se presenta como un componente clave para fortalecer la resiliencia territorial y reducir la recurrencia de eventos.

Finalmente, pero no menos relevante es la perspectiva que aportan los brigadistas provinciales desde una dimensión clave para comprender la problemática: la del terreno. Voces como la de Marcelo Triviño, integrante de la brigada de manejo del fuego con más de una década de servicio en la provincia, permiten dar cuenta del carácter sostenido, territorial y muchas veces invisible del trabajo preventivo que se desarrolla a lo largo de todo el año.

Desde esta mirada, la prevención no se limita a campañas estacionales, sino que forma parte de una práctica continua que combina tareas de sensibilización comunitaria, presencia en territorio y acompañamiento a la población en el uso responsable del ambiente. El trabajo cotidiano de los brigadistas —que incluye recorridas, instancias de contacto directo con residentes y visitantes y acciones de difusión en terreno— evidencia que la construcción de conductas preventivas requiere proximidad, constancia y vínculo con la comunidad.

Al mismo tiempo, esta experiencia pone de relieve que la efectividad de las estrategias de manejo del fuego se encuentra estrechamente vinculada a las capacidades operativas disponibles. La disponibilidad de equipamiento adecuado, la formación continua, así como condiciones laborales acordes a la complejidad y riesgo de la tarea —incluyendo estabilidad, remuneración y cobertura— constituyen factores determinantes para sostener tanto las acciones de prevención como la respuesta ante emergencias.

En conjunto, la voz de los brigadistas consolida un enfoque donde la prevención se construye tanto desde la planificación estratégica como desde la intervención cotidiana en el territorio, en articulación con condiciones materiales que permitan sostener en el tiempo la capacidad de respuesta del sistema.

En síntesis, el análisis integrado de las distintas perspectivas relevadas —académica, institucional, de la sociedad civil y operativa— converge en un diagnóstico consistente: los incendios forestales en la provincia constituyen un fenómeno predominantemente antrópico, cuya prevención requiere un abordaje integral y sostenido en el tiempo. Los aportes de la Dra. Natalia Oro Castro subrayan, desde la evidencia científica, la excepcionalidad de los incendios naturales en el ecosistema

fueguino y la centralidad de la acción humana en su ocurrencia; en línea con ello, la visión de la Fundación Vida Silvestre Argentina refuerza la necesidad de articular políticas de prevención que combinen educación ambiental, comunicación estratégica y participación comunitaria para incidir sobre los comportamientos de riesgo. Desde el ámbito de la gestión pública, la mirada del subsecretario Rodrigo Cía enfatiza la responsabilidad compartida entre Estado y ciudadanía, así como la importancia de sostener dispositivos de intervención territorial y comunicación directa. Por su parte, la experiencia de los brigadistas provinciales aporta una dimensión concreta y situada, evidenciando que la prevención se construye en el territorio, a partir del vínculo cotidiano con la comunidad, pero también en función de las capacidades operativas disponibles. En este marco, se vuelve evidente que una política efectiva de manejo del fuego no puede limitarse a acciones aisladas, sino que debe integrar de manera articulada el conocimiento científico, la comunicación para el cambio de comportamiento, el compromiso social y el fortalecimiento de los recursos institucionales, como condiciones necesarias para reducir la recurrencia de incendios y proteger un ecosistema particularmente vulnerable y entre las cuales un sistema de comunicación sólido funciona como elemento clave de articulación transversal.

Tarea 1.2 Relevamiento y análisis de mejores prácticas y casos de éxito a nivel nacional

En el marco del Componente 1, la presente tarea tuvo como propósito identificar, relevar y analizar experiencias relevantes desarrolladas en distintas jurisdicciones del país en materia de prevención de incendios forestales, manejo del fuego y comunicación pública del riesgo, con el objetivo de extraer aprendizajes transferibles al contexto de la provincia de Tierra del Fuego.

El relevamiento se orientó a la identificación de modelos institucionales, estrategias comunicacionales, dispositivos de alerta, plataformas digitales y campañas de concientización que evidencien un abordaje integral del problema, entendiendo que la prevención no se sostiene únicamente en la capacidad de respuesta ante emergencias, sino en la construcción sostenida de una cultura de cuidado y corresponsabilidad social.

La selección de casos contempló criterios de proximidad territorial, similitud ambiental, trayectoria institucional y relevancia comunicacional, incorporando tanto provincias patagónicas con alta recurrencia de incendios, como jurisdicciones que, aún sin contar con incendios forestales, han desarrollado sistemas robustos de comunicación pública para la gestión del riesgo. De este modo, el análisis no se limitó a contextos estrictamente comparables desde el punto de vista geográfico, sino que prioriza la identificación de buenas prácticas transferibles en términos de organización, claridad de mensajes, articulación interinstitucional y uso estratégico de canales.

El abordaje metodológico combinó la revisión de plataformas digitales oficiales, materiales de campaña, documentos técnicos, programas institucionales y contenidos en redes sociales, junto con el relevamiento de indicadores de impacto cuando estos se encontraban disponibles. Asimismo, se proyectó la realización de entrevistas con equipos técnicos de las experiencias seleccionadas; sin embargo, al igual que en la tarea anterior, el acceso a estos actores se vio parcialmente restringido.

Se destaca en esta línea el aporte realizado por el equipo responsable del desarrollo de la campaña “Conciencia de Fuego” sobre incendios forestales en la provincia de Córdoba: se sostiene que la prevención efectiva del fuego requiere de estrategias de comunicación sostenidas en el tiempo, capaces de trascender la lógica estacional y de instalar el tema como una preocupación permanente en la agenda pública. En este sentido, destacan que uno de los principales desafíos no radica únicamente en informar, sino en lograr que la ciudadanía internalice el riesgo y modifique conductas cotidianas vinculadas al uso del fuego.

Asimismo, señalan que las campañas más efectivas son aquellas que combinan claridad normativa con apelaciones emocionales y sentido de pertenencia territorial, construyendo mensajes simples, consistentes y familiares que puedan ser reconocidos y con los que la población se pueda identificar. La consolidación de una identidad comunicacional específica, sostenida a lo largo del tiempo, resulta clave para fortalecer este proceso y evitar la dispersión de esfuerzos.

En esta línea, advierten que los procesos de cambio cultural asociados a la prevención requieren continuidad institucional y estabilidad en las estrategias comunicacionales, ya que su interrupción o reformulación constante tiende a debilitar los niveles de recordación, confianza y apropiación social construidos previamente. Desde esta perspectiva, la experiencia acumulada pone de relieve la importancia de sostener políticas públicas en el tiempo, más allá de los ciclos de gestión, como condición necesaria para lograr impactos duraderos en la reducción del riesgo.

Finalmente, subrayan que la comunicación debe articularse con la presencia territorial y con el trabajo de los equipos operativos para integrar los recursos más ágiles disponibles, entendiendo que el cambio cultural necesario para reducir la ocurrencia de incendios sólo es posible a partir de una estrategia integral que combine información, sensibilización, proximidad y continuidad.

Más allá de la disponibilidad de testimonios, el análisis permitió identificar elementos comunes asociados a estrategias exitosas, entre los que se destacan: la claridad y coherencia de los mensajes, la centralidad de la prevención como eje discursivo, el uso de identidades visuales reconocibles, la integración de plataformas digitales, la diversificación de canales de contacto con la ciudadanía y la incorporación de instancias de evaluación y retroalimentación.

Los casos analizados constituyen, así, un insumo estratégico para la definición del sistema de comunicación provincial, en tanto permiten adaptar modelos probados a la realidad socioterritorial de Tierra del Fuego, fortaleciendo la capacidad del proyecto para incidir en los comportamientos sociales vinculados al uso del fuego. A continuación se presenta una descripción de los casos relevados, como también un cuadro comparativo de las principales características a replicar y prevenir.

Servicio Nacional de Manejo del Fuego (Nación)

A nivel nacional, el Servicio Nacional de Manejo del Fuego constituye el principal organismo rector en la materia. Su rol se centra en la coordinación interjurisdiccional, el apoyo técnico y operativo a las provincias, y la producción de información oficial de alcance federal.

Fortalezas: uno de los principales aportes del organismo es la producción constante y sistemática de información, que se encuentra disponible de forma

abierta para consulta pública. Esta base de datos, junto con comunicados oficiales, partes diarios y materiales técnicos, representa un insumo fundamental para la transparencia y la trazabilidad de la gestión.

Aspectos no recomendables: la política comunicacional se ve fuertemente condicionada por los vaivenes presupuestarios y por la prioridad asignada a la atención de emergencias por sobre la prevención. Las campañas nacionales, cuando existen, presentan un carácter general, predominantemente informativo, sin una estrategia sostenida de sensibilización ni dispositivos de alerta directa para la población. Asimismo, no se identifica un sistema de comunicación segmentada ni mecanismos permanentes de involucramiento ciudadano.

Provincia de Córdoba

Córdoba constituye uno de los casos más sólidos y desarrollados del país en materia de prevención y comunicación sobre incendios forestales, con una trayectoria prolongada y una problemática recurrente en su territorio.

Fortalezas: se destaca por la diversificación de contenidos según audiencias, combinando piezas orientadas a la prevención práctica con otras que apelan a la identificación emocional y al sentido de pertenencia (como en la campaña *Conciencia de Fuego*). Mantiene un flujo constante de información actualizada, visibiliza recursos disponibles (brigadas, equipamiento, infraestructura) y articula sus mensajes a través de las redes oficiales de la gobernación, logrando mayor alcance. Asimismo, cuenta con un sistema de alertas vía SMS, que fortalece la comunicación directa.

Aspectos no recomendables: el cambio de identidad o claim de campaña entre gestiones puede afectar la continuidad simbólica y la retención de los mensajes en la memoria social.

Provincia de Chubut

Chubut presenta una realidad ambiental similar a la de Tierra del Fuego, con incendios recurrentes y una fuerte exposición mediática reciente.

Fortalezas: implementó una línea 0800 y canales de atención a través de un chatbot, ampliando los puntos de contacto con la ciudadanía. Al igual que Córdoba, articula la difusión de campañas y alertas a través de los perfiles oficiales del gobierno provincial, ampliando el alcance.

Aspectos no recomendables: el sitio específico de manejo del fuego presenta una estructura poco jerarquizada, con predominio de texto plano y placas gráficas, sin recursos interactivos que faciliten la navegación y apropiación de la información.

Provincia de Río Negro

Río Negro comparte con Tierra del Fuego la combinación entre riesgo ambiental y alta actividad turística.

Fortalezas: cuenta con indicadores regionales claros, partes actualizados de incidentes y un canal de difusión por WhatsApp, además de perfiles propios en redes sociales con alta comunidad, especialmente en Instagram.

Aspectos no recomendables: podría consolidar una identidad visual y narrativa unificada, con un slogan o concepto rector que refuerce el reconocimiento de sus campañas.

Mesa del Fuego del NOA

La experiencia regional del NOA se destaca por su articulación interinstitucional, integrando organismos nacionales, provincias, universidades y equipos técnicos.

Fortalezas: su principal valor reside en la producción de contenidos educativos, materiales de formación y recursos técnicos, así como en la coordinación de actores diversos bajo una lógica regional.

Aspectos no recomendables: La experiencia podría potenciar su visibilidad pública y su llegada directa a la ciudadanía, complementando el fuerte perfil técnico con una estrategia comunicacional más masiva.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Aunque no enfrenta incendios forestales, la Ciudad de Buenos Aires constituye un caso paradigmático de comunicación pública del riesgo.

Fortalezas: cuenta con un sistema integral de gestión de emergencias que articula múltiples canales -líneas telefónicas centralizadas, chatbot, aplicaciones, redes sociales- y segmentación de mensajes según tipo de riesgo y audiencia. Su principal aporte transferible es la capacidad de personalización, segmentación y centralización de la comunicación, junto con una identidad institucional consolidada.

Aspectos no recomendables: la experiencia no es directamente trasladable en términos territoriales, pero sí en cuanto a modelo de gestión comunicacional integrada.

A continuación se presenta un cuadro resumen (Tabla 2) que ordena los principales puntos recuperados de esta sección del relevamiento, haciendo foco en los factores que se consideran centrales para el desarrollo de un sistema de comunicación de manejo del fuego: claridad normativa, accesibilidad, segmentación de audiencias, diversidad de canales, identidad visual reconocible y mecanismos de contacto directo.

Jurisdicción	Tipo de experiencia	Fortalezas principales	Aspectos no recomendables	Aprendizajes para TDF
Nación – Servicio Nacional de Manejo del Fuego	Coordinación federal y producción de información	Información pública permanente, base de datos abierta, rol rector nacional	Falta de estrategia comunicacional sostenida, bajo involucramiento ciudadano, sin sistema de alertas	Importancia de un repositorio oficial confiable y actualizado

Córdoba	Sistema integral de prevención y campañas	Segmentación de audiencias, campañas emocionales y educativas, sistema SMS, alta visibilidad en redes de gobierno	Riesgo de pérdida de identidad por cambios de gestión	Necesidad de continuidad simbólica, campañas multiformato y canales de alerta directa
Chubut	Comunicación en contexto de crisis	0800, chatbot, uso de redes de gobierno	Poca jerarquización visual, predominio de texto plano	Relevancia de diversificar formatos y jerarquizar información
Río Negro	Sistema provincial con enfoque turístico	Indicadores regionales claros, WhatsApp, fuerte presencia en Instagram	Falta de identidad unificada o slogan	Necesidad de marca clara y consistencia narrativa
Mesa del Fuego NOA	Articulación interinstitucional regional	Producción educativa, coordinación técnica, red de actores	Baja visibilidad masiva	Integrar contenido técnico con comunicación ciudadana
Ciudad de Buenos Aires	Gestión integral de emergencias	Segmentación de mensajes, multicanalidad, identidad consolidada	No aplicable en términos territoriales o de menor escala; costos	Modelo de comunicación integrada, centralizada y personalizada

Tabla 2. Resumen comparativo de mejores prácticas comunicacionales a nivel nacional.

Tarea 1.3 Producción de recomendaciones y observaciones

El análisis desarrollado a partir de las Tareas 1.1 y 1.2 permite afirmar que la problemática de los incendios forestales en Tierra del Fuego no se explica únicamente por variables ambientales, sino que se encuentra profundamente condicionada por factores sociales, culturales y comunicacionales. La evidencia empírica, el relevamiento normativo, los insumos geoespaciales y el posicionamiento de especialistas coinciden en señalar que la gran mayoría de los incendios son de origen antrópico y que su recurrencia se encuentra estrechamente vinculada a prácticas sociales de riesgo, al desconocimiento de las normas vigentes y a la ausencia de una estrategia sostenida de prevención y concientización.

En este contexto, se identifican tres debilidades estructurales del sistema actual de comunicación pública del riesgo en la provincia. En primer lugar, la inexistencia de una identidad de marca provincial específica asociada a la prevención del fuego impide consolidar un mensaje reconocible y perdurable en el tiempo. En segundo término, la ausencia de campañas masivas, sistemáticas y con un concepto rector limita la capacidad de instalar el tema en la agenda pública y de generar recordación social. Finalmente, la fragmentación, desorganización y baja accesibilidad de la información disponible en los canales oficiales —en particular en lo referido a la normativa—, sumado a las desigualdades en el acceso a entornos digitales por parte de distintos sectores de la población, dificulta su comprensión y apropiación por parte de la ciudadanía, ya que no se encuentra traducida a un lenguaje claro, práctico y orientado a la acción.

A partir de estos hallazgos, y tomando como referencia las mejores prácticas relevadas a nivel nacional, se vuelve necesario avanzar hacia la construcción de una identidad institucional específica para la prevención de incendios forestales en Tierra del Fuego. Esta identidad debería contar con un nombre, un concepto creativo, una estética visual coherente y un slogan propio, capaces de unificar todas las acciones de comunicación vinculadas al manejo del fuego. Tal como se observa en experiencias consolidadas como la de Córdoba, o en modelos integrados como el de la Ciudad de Buenos Aires, la existencia de una marca reconocible facilita la continuidad simbólica de las campañas y fortalece el vínculo con la ciudadanía, aun frente a cambios de gestión.

Asimismo, resulta imprescindible transformar el marco normativo vigente en un conjunto de mensajes claros, simples y accionables, que respondan a preguntas concretas de la vida cotidiana: dónde se puede hacer fuego, cuándo está prohibido, qué hacer ante un foco, a quién llamar y cuáles son las consecuencias de incumplir la norma. La normativa debe dejar de presentarse únicamente como un texto técnico para convertirse en un insumo pedagógico, preventivo y de fácil acceso.

En esta misma línea, el relevamiento evidencia la necesidad de jerarquizar y reorganizar la información digital disponible, mediante el diseño de un ecosistema centralizado que articule datos, mapas, normativa explicada, números de emergencia, indicadores de riesgo, campañas y contenidos educativos. La web debe funcionar no solo como repositorio oficial, sino como una verdadera puerta de entrada a todos los canales de comunicación, con una arquitectura clara y orientada a la experiencia del usuario.

La evidencia empírica y los casos comparados también muestran la importancia de pasar de una comunicación reactiva, asociada exclusivamente a la emergencia, hacia una estrategia preventiva sostenida en el tiempo. Esto implica desarrollar campañas permanentes y multiformato, que combinen mensajes normativos, contenidos educativos, piezas emocionales de identificación y llamados a la corresponsabilidad ciudadana. Al mismo tiempo, se vuelve clave segmentar audiencias y adaptar los mensajes a distintos perfiles —residentes, turistas, jóvenes, sectores productivos y comunidades educativas— diversificando formatos, lenguajes y canales.

Otro aprendizaje central es la necesidad de integrar dispositivos de contacto directo con la ciudadanía, tales como líneas telefónicas, sistemas de mensajería, chatbots o alertas, que permitan no solo difundir información, sino también recibir

consultas, denuncias y reportes en tiempo real. Finalmente, toda estrategia debe incorporar mecanismos de evaluación y retroalimentación, que permitan medir alcance, comprensión normativa, recordación y cambios de actitudes, ajustando las acciones de manera continua.

En conjunto, estas recomendaciones no constituyen acciones aisladas, sino los pilares de un sistema integral de comunicación para el manejo del fuego, que articule ciencia, normativa, territorio y ciudadanía. Su implementación permitiría avanzar desde un modelo fragmentado y reactivo hacia una política pública preventiva, participativa y culturalmente transformadora, alineada con las mejores prácticas identificadas a nivel nacional.

Como síntesis de este recorrido, el cuadro comparativo de experiencias relevadas a nivel nacional (Tabla 3) permite visualizar, de manera integrada, los principales factores que se consideran centrales para el desarrollo de un sistema de comunicación efectivo: claridad normativa, accesibilidad, segmentación de audiencias, diversidad de canales, identidad visual reconocible y mecanismos de contacto directo. Este marco de referencia constituye un insumo estratégico para orientar el diseño del sistema de comunicación provincial y fortalecer su capacidad de incidir en los comportamientos sociales vinculados al uso del fuego.

Dimensión	Aprendizaje clave	Aplicación en el sistema fueguino
Comunicación	Mensajes claros, consistentes y emocionalmente relevantes	Desarrollo de identidad de marca y concepto creativo único
Identidad	Marca reconocible y sostenida	Manual de identidad visual y narrativa
Canales	Multicanalidad con puntos de contacto directos	Web + redes oficiales + canales de consulta directa
Audiencias	Segmentación por perfiles y contextos	Contenidos diferenciados para residentes, turistas, jóvenes, familias
Formatos	Uso de videos, infografías, guías prácticas	Producción de piezas audiovisuales y descargables
Alertas	Sistemas directos de notificación	Evaluar integración con SMS, WhatsApp o chatbots
Evaluación	Monitoreo y retroalimentación	Indicadores, encuestas pre y post campaña

Tabla 3. Cuadro resumen de mejoras comunicacionales aplicables a la evaluación actual de la provincia.

En complemento a estas dimensiones, resulta necesario señalar que las estrategias de comunicación y prevención se encuentran condicionadas por las capacidades operativas del sistema de manejo del fuego. La disponibilidad de recursos

materiales, tecnológicos y humanos, así como las condiciones de trabajo de los equipos en territorio, inciden de manera directa en la posibilidad de sostener acciones preventivas, garantizar presencia territorial y responder eficazmente ante emergencias. En este sentido, el fortalecimiento comunicacional debe ser entendido como parte de una estrategia más amplia de consolidación institucional.

En conjunto, estas recomendaciones no constituyen acciones aisladas, sino los pilares de un sistema integral de comunicación para el manejo del fuego, que articule ciencia, normativa, territorio, capacidades institucionales y ciudadanía. Su implementación requiere una planificación progresiva, con etapas claramente definidas, asignación de responsabilidades y mecanismos de monitoreo y evaluación que permitan ajustar las estrategias en función de los resultados.

En este sentido, a continuación se presentan una serie de recomendaciones y propuesta de hoja de ruta a mediano plazo, orientada a operacionalizar estos lineamientos y consolidar una política pública preventiva, participativa y culturalmente transformadora, alineada con las mejores prácticas identificadas.

Nota metodológica. Las recomendaciones y la hoja de ruta que se presentan a continuación distinguen entre las acciones comprendidas dentro del alcance de esta consultoría —centradas en el diseño estratégico y el fortalecimiento del ecosistema de comunicación digital— y aquellas que requieren instancias posteriores de implementación, inversión y articulación institucional. En este sentido, las etapas propuestas combinan lineamientos operativos de corto plazo con orientaciones de mediano plazo para la consolidación progresiva de una política pública integral en materia de prevención de incendios forestales.

Tarea 1.3.1 Recomendaciones estratégicas

A partir del análisis integral realizado —que articula evidencia empírica, revisión normativa, relevamiento social y aportes de actores clave— se identifican un conjunto de recomendaciones orientadas a fortalecer la estrategia de prevención y comunicación del manejo del fuego en la provincia. Estas recomendaciones parten de un principio central: la necesidad de consolidar un enfoque **multicanal, sostenido y territorial**, que contemple la diversidad de públicos, condiciones de acceso y dinámicas locales.

En primer lugar, resulta necesario avanzar en el **fortalecimiento de una estrategia de comunicación multicanal**, que amplíe el alcance actual y permita llegar de manera efectiva a sectores de la población con menor nivel de acceso o interacción con entornos digitales. En este sentido, se propone complementar los canales existentes mediante el desarrollo de dispositivos de comunicación en vía pública, adaptados a las condiciones climáticas de la provincia, que permitan sostener mensajes de manera permanente en puntos estratégicos como accesos, áreas recreativas y circuitos turísticos. Esta estrategia debe articularse con una presencia sistemática en medios tradicionales —radio, televisión y prensa local— con alta frecuencia y rotación, no sólo en períodos de mayor riesgo sino también a lo largo de todo el año, a fin de consolidar procesos de sensibilización sostenidos.

Asimismo, se vuelve fundamental avanzar en el diseño de una **batería de mensajes unificados, claros y accionables**, que puedan ser replicados de manera consistente en todos los canales y por los distintos actores institucionales. En este

marco, cobra especial relevancia el fortalecimiento del rol de los voceros oficiales, a través de instancias de capacitación y entrenamiento en comunicación de riesgo, que permitan garantizar coherencia, claridad y credibilidad en la transmisión de los mensajes. En línea con las condiciones ambientales de la provincia, se recomienda también reducir la dependencia de materiales impresos, priorizando formatos audiovisuales, señalética resistente y recursos digitales accesibles.

En segundo lugar, se considera importante **organizar la comunicación de riesgo y crisis**, de modo de agilizar y optimizar la respuesta comunicacional ante escenarios de alerta o emergencia. Estos procesos deben estructurarse a partir de la definición de niveles de alerta claramente diferenciados —preventivo, riesgo alto y emergencia activa—, cada uno con protocolos de comunicación específicos, así como de la asignación precisa de roles y responsabilidades institucionales. La implementación de mecanismos de emisión de mensajes en tiempo real resulta central, priorizando la rapidez, claridad y consistencia de la información difundida.

En este marco, una opción a evaluar sería la eventual incorporación de un sistema de alerta temprana a la población, que contemple herramientas como el envío de SMS geolocalizados, la integración con aplicaciones móviles y plataformas oficiales, y la articulación con medios de comunicación locales para la amplificación inmediata de mensajes críticos. A su vez, este esquema debe contemplar lineamientos claros para la comunicación durante la emergencia, orientados a evitar la desinformación, no entorpecer el trabajo de los equipos operativos y promover conductas seguras en la población.

En tercer lugar, los resultados del relevamiento y los aportes de especialistas coinciden en la necesidad de fortalecer un enfoque de comunicación orientado al **cambio de comportamiento y la participación comunitaria**. Esto implica superar el carácter episódico de las campañas y avanzar hacia estrategias sostenidas en el tiempo, que contemplen la segmentación de públicos y la adaptación de mensajes según perfiles específicos, tales como residentes, turistas, sectores productivos y comunidades educativas. En este sentido, se vuelve clave incorporar componentes emocionales y de identidad territorial, que refuercen el sentido de pertenencia y el cuidado del entorno.

Del mismo modo, se recomienda promover instancias de participación activa, tales como talleres, actividades recreativas-educacionales, capacitaciones y simulacros, que permitan a la ciudadanía no sólo acceder a información, sino también desarrollar capacidades concretas para la prevención y la actuación ante situaciones de riesgo. La articulación con el sistema educativo constituye, en este punto, una oportunidad estratégica para integrar contenidos de prevención de incendios en propuestas formativas y fortalecer procesos de concientización desde edades tempranas.

Finalmente, se vuelve necesario fortalecer los mecanismos de coordinación y diálogo interinstitucional entre organismos provinciales, nacionales y actores locales, con el objetivo de mejorar la capacidad de respuesta y asegurar la coherencia de las intervenciones. De este modo, la estrategia comunicacional se integra en un enfoque más amplio de consolidación del sistema de manejo del fuego, donde la prevención, la capacidad operativa y la participación social se articulan como componentes inseparables de una política pública efectiva.

Las recomendaciones presentadas no constituyen acciones aisladas, sino los pilares de un sistema integral de comunicación para el manejo del fuego, que articula conocimiento científico, normativa, territorio, ciudadanía y capacidades institucionales.

Su implementación requiere una planificación progresiva, con etapas claramente definidas, asignación de responsabilidades y la incorporación de mecanismos de monitoreo y evaluación que permitan ajustar las estrategias en función de los resultados.

Tarea 1.3.2 Hoja de ruta a mediano plazo (18–36 meses)

A fin de operacionalizar las recomendaciones desarrolladas, se propone una hoja de ruta organizada en tres etapas progresivas. La misma distingue entre aquellas acciones que forman parte del alcance directo de la presente consultoría —principalmente vinculadas al diseño estratégico y al fortalecimiento del ecosistema digital— y aquellas que requerirán instancias posteriores de implementación, inversión y articulación institucional.

Asimismo, se contempla el involucramiento sugerido de los organismos y sectores identificados en el relevamiento acorde a cada etapa de implementación. Su participación efectiva dependerá de las definiciones institucionales, presupuestarias y operativas que adopte la Provincia. Del mismo modo, los recursos consignados tienen carácter orientativo y buscan visibilizar las capacidades mínimas requeridas para la ejecución de cada instancia. El detalle de dicha integración se consigna en la Tabla 4 que da cierre al presente apartado.

Etapas 1: Consolidación de bases estratégicas (0–6 meses)

(Alcance directo de la consultoría)

Esta etapa tiene como objetivo establecer los fundamentos conceptuales, comunicacionales y operativos del sistema, con foco en la dimensión digital y en la generación de insumos estratégicos para su posterior implementación.

- Diseño y validación del plan integral de comunicación.
- Desarrollo de la identidad comunicacional y lineamientos de marca.
- Elaboración de la batería de mensajes unificados, claros y accionables.
- Diseño de la arquitectura del ecosistema digital (estructura web, contenidos, experiencia de usuario).
- Definición de lineamientos para la estrategia de contenidos digitales (formatos, tono, frecuencia).
- Identificación y lineamientos para el posicionamiento de voceros oficiales.
- Diseño del protocolo de comunicación de riesgo y crisis.
- Definición de criterios e indicadores para el monitoreo y evaluación del sistema.
- Lanzamiento de primera campaña digital.

Esta instancia pretende sentar las bases para la implementación, pero no contempla el despliegue operativo a gran escala.

Etapas 2: Implementación y despliegue ampliado (6–18 meses)

(Instancia posterior a la consultoría)

En esta fase se prevé la implementación progresiva de las estrategias diseñadas, así como la ampliación de la comunicación hacia un enfoque multicanal y territorial.

- Lanzamiento de campañas de comunicación en múltiples canales (incorporando medios tradicionales y vía pública).
- Implementación y operación del plan de comunicación de crisis.
- Desarrollo de estrategias de comunicación territorial (presencia en territorio, acciones comunitarias, dispositivos de sensibilización).
- Integración de contenidos en ámbitos educativos y espacios comunitarios.
- Puesta en marcha de sistemas de contacto directo con la ciudadanía (líneas, mensajería, canales de consulta).
- Evaluación de factibilidad e implementación progresiva de nuevas herramientas tecnológicas (sistemas de alerta temprana como SMS geolocalizado u otros).

Esta instancia requiere asignación específica de recursos, coordinación interinstitucional y fortalecimiento de capacidades operativas.

Etapas 3: Consolidación, escalamiento y mejora continua (18–36 meses)

(Instancia de política pública sostenida)

Esta etapa apunta a consolidar el sistema en el tiempo, optimizar su funcionamiento y escalar las intervenciones en función de los resultados obtenidos.

- Evaluación integral de resultados y ajuste de estrategias.
- Profundización de la segmentación de audiencias y personalización de contenidos.
- Escalamiento de dispositivos de comunicación territorial.
- Fortalecimiento continuo de las capacidades institucionales y operativas.
- Integración de nuevas herramientas tecnológicas y de gestión del riesgo.

Esta instancia ya prevé la consolidación de una cultura preventiva sostenida en el tiempo.

Monitoreo y evaluación

Se propone implementar un sistema de monitoreo continuo basado en indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan evaluar la efectividad de las acciones y orientar la toma de decisiones.

Indicadores de proceso

- Cantidad de campañas implementadas.
- Alcance en medios digitales y tradicionales.
- Producción de contenidos y piezas comunicacionales.
- Cantidad de voceros formados y activos.

Indicadores de resultado

- Nivel de conocimiento de la población sobre prácticas preventivas.
- Nivel de recordación de mensajes clave.
- Cambios en comportamientos de riesgo (según encuestas periódicas).
- Nivel de interacción con canales oficiales.

Indicadores de impacto (mediano plazo)

- Reducción sostenida en la cantidad de incendios de origen antrópico.
- Disminución de superficies afectadas.
- Mejora en los tiempos de respuesta ante emergencias.

Asimismo, se recomienda:

- Realizar evaluaciones periódicas (anuales) del sistema.
- Incorporar instancias de retroalimentación comunitaria.
- Ajustar las estrategias de abordaje en función de los resultados obtenidos.

A continuación, la Tabla 4 presenta una síntesis de la hoja de ruta propuesta, detallando para las sucesivas etapas las acciones principales, integrando estas con los recursos que demanda su cumplimiento, los actores directos e indirectos que debieran involucrarse, especificando además el alcance de cada etapa con respecto a esta consultoría.

Etapas	Objetivo	Principales acciones	Actores involucrados	Recursos requeridos	Alcance
Etapas 1. Consolidación de bases estratégicas (0–6 meses)	Establecer los fundamentos conceptuales, comunicacionales y operativos del sistema.	Diseño del Plan Integral de Comunicación (identidad, mensajes clave, protocolo de comunicación de riesgo y crisis); definición de indicadores de monitoreo; lanzamiento de primera campaña digital.	Subsecretaría de Manejo del Fuego; Secretaría de Comunicación; equipo consultor; áreas técnicas de Gobierno Digital y sistemas; voceros institucionales.	Recursos técnicos especializados en comunicación estratégica, diseño gráfico, producción audiovisual, desarrollo web, gestión de contenidos y análisis de datos.	Incluido en la presente consultoría.

Etapas 2. Implementación y despliegue ampliado (6–18 meses)	Implementar las estrategias diseñadas y ampliar la comunicación hacia un enfoque multicanal y territorial.	Acciones en medios tradicionales y territoriales; implementación del plan de comunicación de crisis; creación de canales de contacto ciudadano; evaluación e incorporación progresiva de sistemas de alerta temprana.	Subsecretaría de Manejo del Fuego; Secretaría de Comunicación; Ministerio de Educación; municipios; Protección Civil; medios de comunicación; organizaciones comunitarias; sector turístico.	Presupuesto para pauta y producción de campañas; equipamiento para señalización y vía pública; capacitaciones; recursos humanos para acciones territoriales; asistencia técnica para sistemas de alerta.	Instancia posterior a la consultoría. Requiere asignación presupuestaria y articulación institucional.
Etapas 3. Consolidación, escalamiento y mejora continua (18–36 meses)	Consolidar el sistema, optimizar su funcionamiento y fortalecer la cultura preventiva.	Evaluación integral de resultados; profundización de la segmentación de audiencias; ampliación de dispositivos territoriales; fortalecimiento institucional; incorporación de nuevas tecnologías; actualización permanente de contenidos y protocolos.	Gobierno provincial; organismos nacionales vinculados al manejo del fuego; municipios; instituciones educativas; universidades; organizaciones de la sociedad civil; actores del sistema científico-tecnológico.	Financiamiento sostenido; fortalecimiento de capacidades institucionales; actualización tecnológica; formación continua; sistemas de monitoreo y evaluación.	Política pública de mediano plazo orientada a la sostenibilidad del sistema.

Tabla 4. Cuadro resumen de recomendaciones estratégicas, integrando las etapas propuestas para la hoja de ruta así como los actores y recursos a involucrarse en cada una de ellas.

5. COMPONENTE 2: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN

Tarea 2.1. Desarrollo de plan comunicacional

El contexto social y ambiental actual de la provincia de Tierra del Fuego se encuentra atravesado por una creciente sensibilidad frente a la problemática de los incendios forestales. En los últimos meses, la agenda pública nacional y regional se ha visto fuertemente impactada por los incendios ocurridos en la provincia de Chubut, lo que generó un marcado incremento en la exposición mediática y en la percepción social del riesgo asociado al uso del fuego. Este escenario configura una ventana de oportunidad para fortalecer acciones de concientización y prevención en el territorio fueguino, promoviendo una cultura de corresponsabilidad y cuidado del entorno.

En este marco, el presente Plan de Comunicación —correspondiente a la Etapa 1 de la Hoja de Ruta definida en la Tarea 1.3— se inscribe en el desarrollo del Componente 2 (comunicacional), orientado a la construcción de los elementos estructurales de un sistema integral de comunicación para la prevención de incendios forestales. Este componente comprende el diseño de la identidad comunicacional, la definición de mensajes, el desarrollo del ecosistema digital, la estrategia de contenidos, los lineamientos de vocería, los protocolos de comunicación de riesgo y el diseño de una campaña inicial, concebida como instancia de validación y activación temprana del sistema.

En este sentido, el alcance de esta etapa se concentra en la definición conceptual, metodológica y operativa del modelo comunicacional, sin contemplar aún su despliegue territorial o multicanal a gran escala, previsto para etapas posteriores. La estrategia prioriza el uso de medios digitales, entendidos como espacios de acceso permanente, actualización constante y circulación de contenidos confiables, en consonancia con los hábitos de consumo informativo de la población. Este enfoque se complementa con una lógica de activación intensiva en contextos de alto riesgo —como temporadas estivales, períodos de sequía, fines de semana largos o eventos climáticos extremos— que permite reforzar los mensajes preventivos, aumentar la visibilidad institucional y promover llamados a la acción inmediata.

El sistema se estructura en torno a tres pilares principales: redes sociales institucionales, sitio web oficial y contenidos digitales, concebidos como soportes complementarios que permiten alcanzar a públicos diversos, facilitar el acceso a la información y promover la apropiación social de los mensajes preventivos. El sitio web funciona como repositorio central de información, concentrando materiales, normativa explicada y recursos, y garantizando su acceso público. Por su parte, los contenidos descargables —en formato de guías y piezas gráficas— permiten extender la circulación de los mensajes y facilitar su utilización en diferentes ámbitos.

La priorización de estos canales se fundamenta en la evidencia disponible sobre los hábitos de consumo informativo de la población. Diversos estudios indican que los medios digitales y las redes sociales se han consolidado como los principales entornos de acceso a la información, tanto a nivel nacional como provincial. En este contexto, la estructuración del sistema sobre una base digital permite garantizar mayor alcance, accesibilidad y capacidad de actualización permanente.³

³ De acuerdo con datos de ComScore Argentina (2022), el 82% de los argentinos consume noticias a través de medios digitales, superando ampliamente a los medios tradicionales como la televisión, la radio o la prensa gráfica. Este proceso de digitalización de la información se profundiza con el uso cotidiano de redes sociales, que se consolidan como uno de los principales entornos de acceso a contenidos de interés público. (IAB (Interactive Advertising Bureau) Argentina. 9 de cada 10 personas lee noticias digitales en América Latina y el mundo. Disponible en: <https://www.iabargentina.com.ar/noticia-79.php?>)

En este sentido, el informe We Are Social y Hootsuite (2023) indica que más del 80% de la población argentina utiliza activamente redes sociales, tanto para informarse como para interactuar. En el caso de Tierra del Fuego, los relevamientos disponibles señalan que Facebook (65%) e Instagram (55%) son las plataformas más utilizadas por la población adulta, mientras que WhatsApp cumple un rol central como canal de circulación de noticias e información comunitaria. Asimismo, si bien YouTube presenta una alta penetración a nivel nacional, en el ámbito provincial Facebook e Instagram continúan siendo las principales fuentes de información política, social y ambiental. (Observatorio de Medios UCA. We Are

A partir de este encuadre, el plan de trabajo se organiza en torno al desarrollo de los principales componentes del sistema comunicacional. En primer lugar, se avanza en la construcción de una identidad comunicacional específica para la prevención de incendios forestales en la provincia, concebida como un eje ordenador de todas las acciones del sistema (desarrollada en la Tarea 2.3). Esta identidad se sustenta en un concepto rector que articula la dimensión ambiental, la pertenencia territorial y la corresponsabilidad ciudadana, y se traduce en lineamientos de marca que orientan la narrativa, el tono y los recursos visuales.

De manera complementaria, tal como se prevé en la Tarea 2.2, el plan contempla la elaboración de una batería de mensajes unificados, claros y accionables, orientados a traducir el marco normativo en información comprensible y relevante para la ciudadanía. Estos mensajes se estructuran en distintos niveles —informativo, preventivo y de acción inmediata— y se diseñan para su implementación transversal en todos los canales del sistema. En este marco, se prioriza especialmente la incorporación de llamados a la acción concretos, tales como la identificación de situaciones de riesgo y la difusión de los canales de contacto y emergencia, promoviendo el aviso temprano como práctica central de prevención.

Asimismo, esta tarea incorpora la definición de criterios para la identificación y posicionamiento de voceros oficiales, entendidos como actores clave en la construcción de credibilidad y coherencia comunicacional. Se establecen lineamientos generales para su intervención, priorizando la claridad del mensaje, la consistencia institucional y la articulación entre niveles políticos y técnicos del sistema de manejo del fuego.

En relación con la gestión de situaciones críticas, se diseña un protocolo de comunicación de riesgo y crisis, estructurado en función de distintos niveles de alerta y orientado a optimizar la capacidad de respuesta del sistema. Este protocolo define criterios para la emisión de mensajes en tiempo real, la priorización de canales y la coordinación interinstitucional, con el objetivo de garantizar información clara, oportuna y confiable para la población.

En paralelo, se desarrolla el diseño gráfico del sitio web oficial (<https://www.tierradelfuego.gob.ar/manejo-del-fuego/>) como nodo central del sistema (Tareas 3.1 en adelante). Este proceso implica la definición de la organización de contenidos y la jerarquización de la información. El sitio web se articulará con el contenido que se comparta de la campaña por los canales de redes sociales de gobierno

<https://www.instagram.com/findelmundo.gob.ar/>
<https://www.facebook.com/gobiernotdf>
<https://www.youtube.com/@gobiernodetierradelfuego>, configurando un entorno integrado de difusión, consulta y almacenamiento de información.

Sobre esta base, se establecen lineamientos para la estrategia de contenidos digitales, contemplando formatos, tono y frecuencia. Se prioriza el uso de piezas audiovisuales breves y contenidos gráficos de rápida comprensión. La estrategia combina una lógica de presencia sostenida —orientada a la sensibilización y educación— con la posibilidad de intensificar la comunicación en contextos de mayor riesgo, garantizando flexibilidad y capacidad de respuesta.

Social 2023: los datos sobre la Argentina en materia digital. Disponible en: <https://observatoriomedios.uca.edu.ar/we-are-social-2023-los-datos-sobre-la-argentina-en-materia-digital/>

En este marco, y como parte del alcance de esta etapa, se diseña una campaña publicitaria digital de concientización y prevención (Tarea 3.2), orientada a activar el sistema comunicacional y validar sus principales componentes. La campaña se propone promover conductas responsables y reforzar la importancia del aviso temprano ante situaciones de riesgo, articulando la identidad territorial, la responsabilidad ambiental y la presencia activa del Estado.

Desde el punto de vista estratégico, la campaña se dirige a residentes y turistas, y adopta un tono preventivo e institucional. Se estructura en torno a formatos digitales que permiten reforzar la frecuencia de exposición y ampliar la cobertura.

Su planificación se organiza en tres momentos —lanzamiento, mantenimiento y refuerzo— que permiten combinar una instalación inicial del mensaje con una presencia sostenida y una intensificación en períodos de mayor riesgo. En este sentido, la campaña funciona como un dispositivo de visibilización y activación, alineado con los objetivos generales del plan y con la lógica de intervención progresiva definida en la hoja de ruta.

Finalmente, el plan incorpora la definición de criterios e indicadores para el monitoreo y la evaluación del sistema y de la campaña (Tareas 3.3, 4.2 y 4.3), permitiendo medir el desempeño de las acciones, el alcance de los contenidos y los niveles de comprensión y recordación, así como introducir ajustes progresivos en función de los resultados obtenidos.

Como se refleja a continuación en la Tabla 5, el Componente 2 configura un andamiaje estratégico que articula identidad, mensajes, canales, contenidos, vocerías y dispositivos de campaña, sentando las bases para su implementación progresiva y para la consolidación de un sistema de comunicación pública preventivo, sostenido y orientado al cambio de comportamiento en materia de manejo del fuego.

Tarea	Producto	Resultado esperado
2.1. Desarrollo del Plan de Comunicación	Documento integral del Plan de Comunicación	Marco estratégico y metodológico definido para el desarrollo del sistema comunicacional, alineado con la hoja de ruta y orientado a la prevención y el cambio de comportamiento.
2.2. Definición de mensajes y contenido informativo	Batería lineamientos y mensajes unificados, claros y accionables	Mejora en la coherencia, claridad y credibilidad de la comunicación de manejo del fuego, con capacidad de implementación transversal en todos los canales.
2.3. Creación de identidad de marca	Propuesta de identidad (concepto rector, lineamientos de marca)	Construcción de una identidad reconocible y consistente que unifique la comunicación del sistema y fortalezca su recordación y apropiación social.

3.1. Diseño gráfico de sitio web	Diseño gráfico de elementos del sitio web existente, para que se adapte a la campaña.	Organización clara, accesible y jerarquizada de la información, mejorando la experiencia de usuario y el acceso a recursos clave.
3.2. Realización de campaña publicitaria	Plan de campaña (estrategia, públicos, mensajes, formatos y etapas)	Activación del sistema comunicacional y validación de sus componentes mediante una campaña digital orientada a la prevención y la corresponsabilidad.
3.3. Construcción de métricas y reporte	Matriz de indicadores y criterios de evaluación	Disponibilidad de herramientas para medir desempeño, alcance, comprensión y efectividad de la estrategia, habilitando ajustes y mejora continua.

Tabla 5. Síntesis de tareas, productos y resultados esperados del Componente 2.

Tarea 2.2 Definición de mensajes y contenido informativo

La construcción de los mensajes clave del Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego se sostiene en una doble lógica: por un lado, la evidencia normativa y técnica disponible que orienta las conductas individuales y colectivas frente al uso del fuego; y por otro, en la necesidad de establecer un marco de comunicación que conecte con las prácticas reales, las percepciones ciudadanas y las tendencias de consumo de información de la población fueguina. En este sentido, la reciente intensidad con que la problemática de los incendios forestales ha ocupado la agenda pública nacional ofrece una oportunidad para que los mensajes de prevención y corresponsabilidad se anclen en una experiencia compartida de riesgo ambiental, potenciando así su resonancia.

En términos técnicos, los mensajes se articulan en tres grandes categorías funcionales: información normativa y de contexto, que provee conocimiento base y legitimidad institucional; orientaciones de comportamiento seguro, que traducen las normas en acciones concretas que la ciudadanía puede replicar; y mensajes de participación y corresponsabilidad, que buscan activar la voz y el compromiso de la población. Esta jerarquización asegura que los contenidos no solo informen, sino que motiven actitudes y, finalmente, transformaciones en las prácticas sociales.

La primera capa de la estrategia comunicacional se apoya en la construcción de un marco de sentido común compartido respecto del manejo del fuego como problema público, ambiental y social. Esta capa construye el marco de sentido común que legitima la acción preventiva. Los mensajes traducen el lenguaje técnico-jurídico en contenidos accesibles, vinculados con situaciones cotidianas, presentando la normativa como una herramienta de cuidado colectivo. Se enfatiza que el riesgo de incendios no es constante, sino variable, y que depende de factores climáticos y ambientales. Esta variabilidad se expresa en el Índice de Peligrosidad de Incendios, que debe convertirse en una consulta cotidiana, del mismo modo que se consulta el pronóstico del tiempo. La normativa se comunica como un sistema que protege a las personas, los bienes y los ecosistemas, reforzando que conocer las reglas es el primer paso para prevenir.

Desde esta perspectiva, se prioriza explicar que la provincia cuenta con un marco legal específico para la prevención de incendios forestales y rurales, el cual define qué está permitido, en qué condiciones y bajo qué restricciones. Este marco se presenta como una herramienta de cuidado colectivo, no como una imposición sancionatoria. La normativa es comunicada, entonces, como un sistema de protección que resguarda a las personas, los bienes y los ecosistemas, y que requiere del compromiso activo de la ciudadanía para ser efectivo.

Los mensajes normativos se estructuran en torno a tres ejes conceptuales:

1. **La existencia de reglas claras**, que ordenan el uso del fuego en espacios naturales;
2. **La variabilidad del riesgo**, que depende de condiciones climáticas y ambientales cambiantes;
3. **La corresponsabilidad**, que reconoce que la prevención no es solo tarea del Estado, sino de toda la comunidad.

En este sentido, se enfatiza que el riesgo de incendios no es constante, sino que se modifica según factores como la temperatura, el viento, la sequedad del suelo y la vegetación. Esta variabilidad se expresa en el Índice de Peligrosidad de Incendios, herramienta central que permite anticipar escenarios de riesgo y definir si está permitido o no encender fuego. Los mensajes explican que consultar este índice debe convertirse en una práctica cotidiana, del mismo modo que se consulta el clima antes de salir.

Complementariamente, se comunica que no todos los espacios son aptos para hacer fuego y que incluso en los lugares habilitados pueden existir restricciones temporales. De este modo, el mensaje normativo se transforma en un relato preventivo, donde la información oficial se presenta como una aliada para tomar decisiones responsables y seguras.

Sobre esta base, se construye la segunda capa de la estrategia: los Mensajes de Orientación de Comportamientos Seguros, cuyo objetivo es traducir el conocimiento normativo en acciones concretas, simples y replicables por la ciudadanía. Aquí, la comunicación abandona el plano abstracto para situarse en la vida cotidiana, acompañando a las personas en situaciones reales: una salida al campo, un picnic, una jornada de pesca, una excursión con amigos o familia.

Estos mensajes parten de la premisa de que la prevención no depende solo de saber qué está prohibido, sino de comprender qué se puede hacer en su lugar y cómo actuar de manera responsable. Por ello, se promueven conductas alternativas al uso tradicional del fuego, como el empleo de calentadores o anafes a gas homologados, que reducen significativamente el riesgo de ignición. Estas recomendaciones se comunican no como restricciones, sino como soluciones prácticas que permiten disfrutar del entorno natural sin ponerlo en peligro.

Asimismo, los mensajes de comportamiento seguro se organizan en torno a una lógica secuencial: antes, durante y después de cualquier actividad en áreas naturales.

Antes: informarse, planificar, consultar el índice.

Durante: respetar normas, actuar con cautela.

Después: apagar completamente, verificar, retirar residuos.

También esta instancia incorpora el eje de **aviso temprano**, reforzando que una llamada oportuna al 103 o 911 puede evitar que un foco se transforme en un incendio.

De este modo, la comunicación construye una narrativa donde la ciudadanía no aparece como un actor pasivo, sino como protagonista de la prevención. Cada persona es interpelada como parte de una red de cuidado que protege la biodiversidad, los paisajes y la seguridad colectiva. La articulación entre la información normativa y la orientación conductual permite, así, transformar el conocimiento en práctica, y la práctica en hábito.

La tercera capa de la estrategia comunicacional se orienta a consolidar un sentido de corresponsabilidad social frente al manejo del fuego, promoviendo una participación activa de la ciudadanía en la prevención y el cuidado del territorio. Si los mensajes normativos constituyen el marco de reglas y los mensajes de orientación transforman esas reglas en prácticas concretas, los mensajes de participación buscan generar un vínculo emocional, colectivo y territorial con la problemática, reforzando la idea de que la prevención no es una tarea individual aislada, sino un compromiso compartido.

Desde esta perspectiva, el foco se desplaza desde el “cumplimiento” hacia la implicación, entendida como la capacidad de cada persona de reconocerse como parte de una comunidad que cuida su entorno. En un territorio como Tierra del Fuego, donde los paisajes naturales forman parte constitutiva de la identidad local y del desarrollo económico y turístico, la protección frente a los incendios se presenta como una causa común que interpela a residentes, visitantes, instituciones, organizaciones y al Estado.

Los mensajes de participación se diseñan para activar la voz de la ciudadanía, invitando a compartir experiencias, opiniones, aprendizajes y buenas prácticas. La estrategia propone que las personas no solo reciban información, sino que también puedan expresarse, ser escuchadas y reconocerse como actores relevantes en la construcción de una cultura de prevención. Esta lógica dialoga con los principios de gobierno abierto, transparencia y participación que atraviesan el proyecto, y fortalece la legitimidad social de las políticas públicas en materia ambiental.

En términos comunicacionales, estos mensajes apelan a valores como el cuidado, la solidaridad, la responsabilidad intergeneracional y el orgullo por el territorio. Se busca que la prevención del fuego sea percibida no solo como una obligación legal, sino como un acto de cuidado hacia los demás y hacia el futuro. De este modo, la corresponsabilidad se construye como una identidad compartida: “cuidar el bosque es cuidarnos”.

Asimismo, la participación es presentada como una práctica cotidiana y accesible, que no requiere grandes gestos, sino pequeñas acciones sostenidas: informarse, compartir contenidos oficiales, alertar ante situaciones de riesgo, respetar las normas y dialogar con otros sobre la importancia de la prevención. Cada una de

estas acciones refuerza la idea de que la seguridad ambiental es un bien colectivo que se construye entre todos.

A partir de esta base, se proponen los siguientes slogans generales, adaptables según el formato y la plataforma:

- Naturaleza sin incendios
- Si ves humo o fuego, llámá de inmediato al 103 o al 911
- La prevención no es humo: prevenir los incendios es evitarlos
- Tu aviso temprano hace la diferencia entre un foco y un incendio

Estos slogans funcionarán como puertas de entrada a los contenidos, y pueden alternarse o combinarse, mientras que como se plantea a continuación, dichos mensajes de instalación se complementan con el contenido de información técnica y de seguridad.

En consonancia con el marco propuesto, se incluyen entre los anexos del presente informe los siguientes documentos técnicos: un Documento de Mensajes Clave (Anexo 1), la Guía de lineamientos para la producción de contenidos (Anexo 2), una propuesta de Estructura de voceros institucionales (Anexo 3) y un Protocolo de Comunicación de Riesgo y Crisis (Anexo 4).

Tarea 2.3. Creación de identidad de marca

El desarrollo de una identidad de marca integral constituye uno de los hitos centrales del proyecto, ya que será el insumo que le otorgará a la campaña un universo visual y simbólico propio, capaz de sintetizar los objetivos, valores y ejes estratégicos, y de facilitar su reconocimiento por parte de la ciudadanía de manera cohesiva. En esta etapa inicial se avanzó en la definición de los primeros lineamientos conceptuales y expresivos que funcionarán como base para la posterior construcción del sistema gráfico, narrativo y audiovisual de la campaña.

La identidad de marca se concibe como una herramienta clave para ordenar, unificar y potenciar todas las acciones comunicacionales previstas en el proyecto. Su función no se limita a lo estético, sino que cumple un rol estratégico: construir sentido, generar pertenencia y fortalecer el vínculo entre la política pública y la comunidad. En este marco, la marca debe operar como un dispositivo de confianza, claridad y cercanía, facilitando la apropiación ciudadana del mensaje y su replicabilidad en distintos canales.

En consonancia con los avances del Componente 1, la identidad se proyecta como una síntesis visual de los valores que atraviesan el Sistema de Comunicación para el Manejo del Fuego: prevención, corresponsabilidad, cuidado del ambiente, transparencia y participación comunitaria. El desafío central de esta tarea es traducir estos principios en una narrativa visual accesible, empática y contemporánea, que

permita interpelar a públicos diversos y acompañar los distintos momentos de la campaña.

Durante esta fase preliminar se trabajó en la definición del concepto rector, el tono comunicacional y los primeros ejes simbólicos que estructuran la marca, los cuales serán profundizados y validados en las próximas etapas. Se trata, por tanto, de un proceso en construcción, en el que la identidad no se presenta como un producto cerrado, sino como un sistema flexible, capaz de adaptarse a los distintos formatos, plataformas y públicos, manteniendo siempre coherencia y reconocimiento.

A partir de un exhaustivo relevamiento y análisis de campañas de referencia a nivel global y regional, se han seleccionado casos que sobresalen por su alto estándar visual, solidez conceptual y eficacia comprobada en la gestión del comportamiento ciudadano. Este research estratégico nos permitió identificar las mejores prácticas internacionales para adaptarlas a la identidad única de Tierra del Fuego, con el fin de consolidar un sistema integral, unificado y profesional de comunicación visual.

A continuación, se presentan los tres modelos que constituyen el eje de este análisis: Córdoba, Argentina – Plan Provincial de Manejo del Fuego, EE. UU. – Smokey Bear (US Forest Service) y Australia – Sistema de Clasificación de Peligro de Incendios (AFDRS).

El caso de la provincia de Córdoba destaca por un sistema visual de alto impacto basado en una paleta cromática vibrante, donde el naranja y el rojo dominan la interfaz para actuar como una señal de alerta constante. Su diseño gráfico utiliza una jerarquía de información muy clara, apoyada en una iconografía de síntesis geométrica que facilita la comprensión rápida de protocolos y prohibiciones. A nivel de tono, la campaña logra despojarse de la rigidez institucional mediante la sub-campaña "Conciencia de Fuego", la cual adopta un lenguaje humorístico e informal. Esta decisión estética busca romper la barrera de "lejanía" del Estado, utilizando la complicidad y el humor para señalar conductas negligentes, mientras que la presencia de expertos en las piezas de redes sociales, aporta el contrapeso de autoridad necesario sin perder esa cercanía.

Por otro lado, la figura de Smokey Bear en Estados Unidos continúa siendo el estándar de oro en cuanto a la construcción de una identidad icónica. Su estética se basa en una técnica de ilustración pictórica con textura, que remite a la tradición de los carteles de parques nacionales de mediados del siglo XX. El diseño se centra en una composición centrípeta donde la mirada del personaje interpela directamente al espectador, eliminando ruidos visuales. La tipografía es un componente estructural del diseño: se suelen utilizar fuentes *sans-serif* de estilo *heavy* o *bold*, con un interletrado ajustado, que le otorgan al mensaje un peso visual de mandato. La paleta, compuesta por tonos tierra, ocre y el azul denim del vestuario del personaje, crea un contraste orgánico que ha permitido que la marca sea reconocida instantáneamente durante décadas.

Por su parte, en cuanto a la eficiencia conductual, el referente ineludible es el Sistema de Clasificación de Peligro de Incendios de Australia (AFDRS). Aquí, el diseño gráfico se subordina totalmente a la legibilidad y la función señalética de emergencia. El sistema se basa en un "termómetro" visual que utiliza colores de alta visibilidad y tipografías de palo seco ultra-legibles diseñadas para ser decodificadas a gran distancia en espacios públicos y rutas. Es una estética de diseño de información pura,

donde la organización de los elementos garantiza que no haya ambigüedad en el mensaje: el color es el dato y la tipografía es la instrucción. Esta referencia es vital para entender cómo el diseño puede gestionar el comportamiento ciudadano mediante códigos visuales de urgencia.

Teniendo en cuenta estos estándares de referencia y con el horizonte de producir un sistema de comunicación visual que sea efectivo pero, sobre todo, que genere pertenencia con la identidad fueguina la propuesta estética del proyecto se plantea como una respuesta visual implacable que busca un cambio cultural real en la prevención y el uso responsable del fuego. En lugar de estetizar la llama, la dirección de arte utiliza su magnetismo visual como una señal de peligro absoluto, consolidando un sistema de comunicación unificado y consolidado que elimine cualquier ambigüedad en la recepción de alertas y protocolos por parte de la ciudadanía.

Para garantizar este impacto, se plantea una estrategia de clima visual basada en paletas de colores profundos y oscuros que aportan sobriedad y peso compositivo. Esta profundidad cromática funciona como el soporte necesario para resaltar, mediante un contraste extremo, los tonos vibrantes de la alerta (naranjas o rojos saturados) como acentos de urgencia. La propuesta visual busca representar la tensión entre la sombra de la pérdida irreversible —la ceniza— frente a la estridencia de la chispa que se debe evitar.

En términos de composición, un disparador fundamental es el juego de dualidades y contrastes de escala. El diseño podría articularse a través de la tensión entre lo mínimo y lo masivo, como una chispa pequeña en primer plano que amenaza con desencadenar la destrucción de un bosque a kilómetros de distancia. Para sostener estos mensajes concretos, se sugiere la implementación de una tipografía sans-serif de trazos limpios y gran peso visual, garantizando una legibilidad jerárquica y una autoridad institucional que no deje lugar a segundas interpretaciones. La síntesis informativa y el uso de protocolos claros son ejes centrales para que el sistema sea efectivo y sostenible en el tiempo.

Finalmente, la propuesta contempla la creación de una identidad iconográfica sencilla y sistémica, inspirada en la síntesis visual de la cultura Selk'nam. El uso de líneas y puntos como elementos de diseño no solo permite una señalética de rápida decodificación —siguiendo modelos de eficiencia internacional— sino que también ancla la campaña en el territorio. Esta estética minimalista refuerza la narrativa de que "Heredamos una tierra de fuego, no permitamos que se convierta en una tierra de cenizas", apelando a la responsabilidad individual de proteger un ecosistema único mediante una gráfica que sea, ante todo, un llamado a la acción consciente y responsable.

En el presente link se encuentran accesibles los elementos desarrollados para la identidad de campaña, incluyendo un [manual de marca](#) (Imagen 1) como también [recursos gráficos](#) y ejemplos de aplicación para formatos alternativos como [piezas digitales](#) y [vía pública](#).



Imagen 1. Key de Identidad Visual producido para la campaña.

Tarea 2.4. Producción de contenidos audiovisuales

En el marco de esta tarea, se dio inicio al desarrollo de contenidos audiovisuales y gráficos orientados a la implementación de la estrategia de comunicación definida para la prevención de incendios forestales en la provincia de Tierra del Fuego.

La producción de piezas se estructuró en función de los formatos y requerimientos de la estrategia de medios, priorizando la generación de contenidos adaptables a entornos digitales y optimizados para su difusión en plataformas de alcance masivo.

En esta primera etapa, se avanzó en la producción de los siguientes materiales:

- 1 set de [banners digitales](#), diseñados para su implementación en redes de Display, con foco en impacto visual y claridad de mensaje.
- 1 pieza [audiovisual principal](#) (video), concebida como eje narrativo de la campaña, orientada a presentar el slogan.
- 2 piezas audiovisuales (video) que busca promover la llamada a la acción, a través de la [atención a señales y respuesta](#), y a [dar aviso a las autoridades](#) ante cualquier emergencia.
- 2 piezas audiovisuales (video) que refuerza la [responsabilidad al realizar actividades al aire libre](#) y la [prohibición de realizar fuegos no autorizados](#).

- 1 pieza tipo [bumper](#), de corta duración, desarrollada para reforzar la recordación de los mensajes clave en entornos de consumo rápido.

Las piezas fueron diseñadas en coherencia con las líneas de comunicación definidas, integrando elementos de identidad local, mensajes preventivos y referencias explícitas a los canales de emergencia (103 y 911).

Asimismo, se contemplaron criterios de adaptabilidad técnica (formatos, duraciones y especificaciones) para su correcta implementación en plataformas como YouTube y redes de publicidad programática. A su vez, se sumaron [formatos adaptados](#) para publicar en las distintas redes sociales.

El avance en esta tarea permite contar con un conjunto inicial de contenidos listos para su implementación, constituyendo un insumo central para el despliegue de la campaña publicitaria prevista en las siguientes etapas del proyecto.

Tarea 3.1. Desarrollo de sitio web y canales digitales

En el marco del Componente 2, y como parte central de la estrategia de comunicación integral, se desarrolló y presentó una propuesta de rediseño del sitio web actual correspondiente al área de Manejo del Fuego en la provincia de Tierra del Fuego, concebido como el principal repositorio de información oficial, accesible y actualizada para la ciudadanía. Este espacio digital cumple una función estratégica: centralizar los contenidos normativos, educativos y preventivos, y articularlos con los mensajes difundidos a través de redes sociales y otros canales institucionales.

El sitio se proyecta como una plataforma de referencia, de navegación simple e intuitiva, que permita a cualquier persona encontrar rápidamente la información necesaria para actuar de manera responsable frente al riesgo de incendios. Su arquitectura se organiza en torno a ejes temáticos claros, priorizando la experiencia de usuario, la lectura en dispositivos móviles y la actualización permanente de datos sensibles, como los niveles de riesgo y los contactos de emergencia.

En términos de contenidos, el portal incluirá de manera destacada:

- Números de emergencia y canales de contacto directo para reportar incendios o situaciones de riesgo.
- Normativa vigente, con acceso a las leyes, decretos y resoluciones aplicables.
- Normativa explicada, mediante resúmenes claros y preguntas frecuentes que traduzcan el lenguaje técnico a formatos accesibles.
- Medidas de seguridad y prevención, organizadas en guías prácticas para actividades en áreas naturales, rurales y de interfase urbano–forestal.
- Información sobre incendios forestales, rurales y de interfase, explicando sus características, riesgos asociados y formas de prevención.
- Sección de actualidad, con noticias, comunicados oficiales, alertas y consejos periódicos.

Esta estructura busca responder a dos objetivos complementarios: por un lado, garantizar el derecho a la información pública en materia ambiental; y por otro, facilitar la adopción de conductas preventivas mediante contenidos claros, confiables y

actualizados. En el presente enlace se puede apreciar el [montaje del diseño](#) del sitio desarrollado, para el cual se han desarrollado y entregado todos los elementos necesarios para que el equipo de gobierno pueda hacer la respectiva implementación.

El ecosistema digital se concibe como un sistema integrado, donde el sitio web opera como base informativa, y las redes sociales como canales de amplificación, interacción y convocatoria, consolidando una estrategia de comunicación accesible, territorial y orientada a la prevención. Es por ello que, en paralelo al diseño conceptual del sitio web, y en línea con las pautas generales para la comunicación en redes sociales, se producen en el marco de este proyecto las piezas destinadas a difusión en redes sociales funcionarán como canales de derivación hacia el sitio web, promoviendo la consulta de información ampliada, la descarga de materiales y la verificación de datos sensibles, como el índice de peligrosidad o las zonas habilitadas. Cabe destacar que con el objetivo de aprovechar su alto volumen de seguidores y legitimidad institucional, se definió que dichos contenidos sean difundidos a través de las cuentas oficiales del Gobierno de la Provincia, por lo que no se contempla rediseño o trabajo similar ya que dichos activos exceden el área de influencia de la presente consultoría.

Finalmente, y de manera complementaria al alcance de la presente consultoría, se desarrolló y entregó una serie de diseños para la producción de materiales físicos que incluyen [afiches, dípticos y folletos](#) que responden al diseño propuesto de marca y campaña presentada en este informe.

Tarea 3.1.1 Lanzamiento de sitio web y canales digitales.

En el marco de esta tarea, se definió avanzar con el diseño gráfico de los materiales para poder renovar el sitio web institucional correspondiente al Programa de Manejo del Fuego, disponible en: <https://www.tierradelfuego.gob.ar/manejo-del-fuego/>. Dicha renovación estará a cargo del equipo técnico de gobierno, a quien se le facilitarán los materiales.

En paralelo, se avanzó de manera efectiva en la gestión de permisos necesarios para la implementación de campañas de pauta publicitaria en plataformas como YouTube y Google Display. Estas acciones permitieron sentar las bases operativas para el despliegue de campañas de difusión (incluyendo formatos de “empapelado digital”), asegurando la disponibilidad de los entornos técnicos requeridos para su ejecución en etapas posteriores.

Tarea 3.2. Realización de campaña publicitaria

En el marco de la presente tarea, se diseñó una campaña integral de concientización y alerta temprana sobre el manejo del fuego, orientada a la prevención de incendios forestales en la provincia de Tierra del Fuego. La estrategia se estructura como un dispositivo de comunicación masiva que busca promover conductas responsables, incentivar el aviso temprano ante situaciones de riesgo y consolidar la prevención como un valor social compartido.

La propuesta articula tres dimensiones clave: identidad fueguina, responsabilidad ambiental y capacidad de respuesta del Estado, reforzando la noción de un territorio activamente cuidado tanto por su comunidad como por el gobierno provincial.

Audiencia

La campaña se orienta a dos segmentos principales:

- Residentes de Tierra del Fuego
- Turistas nacionales e internacionales

Enfoque comunicacional y tono

El enfoque adoptado es de carácter preventivo e institucional, priorizando la claridad de los mensajes, la apelación a la responsabilidad individual y colectiva, y la visibilización del rol activo del Estado en la gestión del riesgo.

Temporalidad de implementación

La campaña se diseña para su despliegue durante períodos de alto índice de riesgo de incendio. Dado el cronograma de despliegue efectivo del presente proyecto, se implementó efectivamente entre los meses de abril y mayo de 2026, totalizando aproximadamente un mes y medio de ejecución en redes al momento de producción de este informe.

Estrategia de medios y formatos

La estrategia de medios se basa en un esquema audiovisual y formatos gráficos:

- Implementación de piezas audiovisuales en YouTube y entornos de pauta programática, con foco en alcance y recordación.
- Desarrollo de banners en redes de Google Display, orientados a aumentar la frecuencia de exposición y cobertura territorial mediante formatos de alto impacto (incluyendo “empapelado digital”).

Este enfoque permite combinar amplitud de alcance con repetición del mensaje, favoreciendo su internalización por parte de los públicos objetivo.

Planificación por etapas

La implementación de la campaña se estructura en dos fases:

Lanzamiento

Presentación oficial del Plan de Manejo del Fuego, acompañada por la difusión del spot principal. Esta etapa pone énfasis en la alerta como valor colectivo, buscando generar alto impacto inicial y posicionamiento del tema en agenda. Difusión de los canales de emergencia (103 y 911)

Mantenimiento

Sostenimiento de la presencia de la campaña mediante la rotación de mensajes preventivos.

Producción de contenidos

Para la implementación de la campaña se desarrollaron piezas gráficas y audiovisuales específicas, adaptadas a los distintos formatos y plataformas definidos en la estrategia de medios.

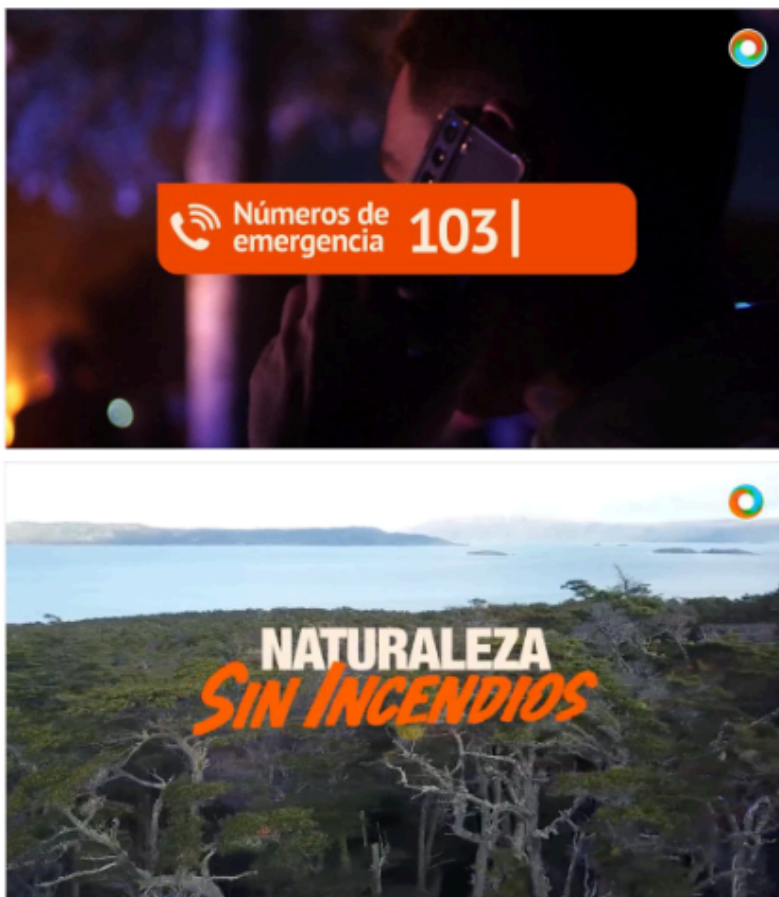
- [Placas fijas acorde al key visual propuesto](#)



- [Banners digitales](#)



- [Piezas audiovisuales](#)



Estas piezas fueron diseñadas con criterios de claridad, impacto visual y adecuación a los entornos digitales, asegurando su efectividad tanto en contextos de consumo rápido como en instancias de mayor atención.

Performance actual de la campaña

Se trata de una estrategia de comunicación publicitaria digital orientada a instalar la prevención de incendios como un valor identitario de Tierra del Fuego. La campaña prioriza la difusión de los canales de emergencia (103 y 911) mediante un despliegue multimedial sostenido, que refuerza la percepción de un Estado presente, activo y preparado para la gestión del riesgo. La campaña publicitaria comenzó a implementarse a comienzos de abril de 2026.

Tarea 3.3. Construcción de métricas y reporte

Con el objetivo de monitorear el desempeño de las acciones de comunicación implementadas y generar evidencia para la toma de decisiones, se avanzó en la construcción de un esquema de métricas orientado a evaluar el alcance, la visibilidad y

la capacidad de difusión de la campaña de prevención de incendios forestales desarrollada en el marco del proyecto.

La estrategia de medición se diseñó considerando las características de los canales utilizados y los objetivos específicos de la campaña, priorizando indicadores vinculados al alcance de las audiencias, la exposición a los mensajes preventivos y la cobertura territorial lograda mediante los distintos formatos publicitarios implementados.

Durante el período analizado se realizó un seguimiento sistemático de las acciones desarrolladas en plataformas digitales, integrando información proveniente de la pauta programática y de las campañas audiovisuales difundidas en YouTube. Este enfoque permitió consolidar una visión integral del rendimiento de la campaña y de su capacidad para posicionar los mensajes vinculados a la prevención de incendios, el uso responsable del fuego y la difusión de los canales de emergencia disponibles para la ciudadanía.

Los resultados obtenidos muestran una importante capacidad de penetración de los mensajes de campaña en entornos digitales. La combinación de formatos audiovisuales y banners permitió sostener una presencia continua durante todo el período de ejecución, alcanzando audiencias diversas tanto dentro de la provincia como en medios de alcance nacional. Esta estrategia multicanal contribuyó a maximizar la visibilidad de la iniciativa y reforzar la frecuencia de exposición de los mensajes preventivos.

En el componente de pauta programática, la campaña se orientó a generar alcance incremental y presencia constante en entornos digitales de alto tráfico. La utilización de formatos display permitió distribuir los contenidos en una amplia red de medios informativos y portales de noticias, logrando una elevada cantidad de impresiones y garantizando la exposición sostenida de los mensajes institucionales. Asimismo, la segmentación contextual utilizada posibilitó una distribución eficiente de la pauta en audiencias relevantes para los objetivos de prevención y concientización. Entre los principales medios en los que la campaña tuvo presencia se encuentran:

Medios nacionales:

- La Nación
- Clarín
- Infobae
- TN
- TyC Sports
- Ámbito
- Crónica
- Olé
- Página 12
- Los Andes
- El Litoral
- La Voz
- América TV
- TNT Sports
- Diario Popular

Medios provinciales:

- minutofueguino.com.ar
- eldiariodelfindelmundo.com
- infofueguina.com
- www.sur54.com
- reporteaustral.com.ar
- elojonoticias.com.ar

Por su parte, la estrategia audiovisual implementada en YouTube permitió amplificar el mensaje central de la campaña mediante formatos de video orientados a generar awareness, recordación y reconocimiento institucional. La utilización de piezas audiovisuales facilitó una comunicación más narrativa y emocional, fortaleciendo la capacidad de transmitir conceptos vinculados al cuidado del ambiente, la responsabilidad ciudadana y la importancia del aviso temprano ante situaciones de riesgo.

Como parte del proceso de monitoreo, se elaboró un reporte de resultados -sintetizado en la Tabla 6- que consolida los principales indicadores de desempeño de la campaña y documenta los medios, plataformas y formatos utilizados. Esta sistematización constituye una herramienta fundamental para evaluar la efectividad de las acciones implementadas, identificar oportunidades de optimización y generar antecedentes para futuras campañas de prevención impulsadas por la Provincia.

Indicador	Resultado
Impresiones en Programática	243.207
Visualizaciones en YouTube	198.347
Plataformas utilizadas	YouTube + Programática
Cobertura	Medios nacionales y provinciales
Formatos implementados	Video, bumper y banners display

Tabla 6. Principales métricas y resultados reportados para la ejecución de campaña digital.

Los resultados obtenidos durante esta etapa permiten concluir que la estrategia de comunicación desarrollada logró instalar de manera efectiva los mensajes preventivos en el ecosistema digital, alcanzando niveles significativos de visibilidad y cobertura. Asimismo, la experiencia acumulada aporta información relevante para fortalecer futuras acciones de comunicación pública vinculadas a la gestión del riesgo, la prevención de incendios forestales y la promoción de conductas responsables por parte de residentes y visitantes.

6. COMPONENTE 3: EVALUACIÓN Y MONITOREO

Tarea 4.1. Construcción de indicadores de evaluación

La presente tarea tuvo como objetivo diseñar un sistema de evaluación que permita medir, de manera sistemática y comparable, el impacto de la estrategia de comunicación sobre el manejo del fuego y la prevención de incendios forestales en la provincia.

Para ello, se elaboró un conjunto de indicadores cualitativos y cuantitativos, alineados con los objetivos del proyecto y con los ejes estratégicos definidos en el plan comunicacional. Estos indicadores se orientan a relevar tanto el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre la problemática, como las actitudes, percepciones y comportamientos asociados al uso responsable del fuego, así como el grado de reconocimiento e identificación con la campaña.

El sistema de indicadores fue estructurado en torno a tres dimensiones principales:

- Conocimiento: nivel de información sobre riesgos, causas de incendios, protocolos de prevención y organismos responsables.
- Actitudes y percepciones: valoración de la problemática, percepción del riesgo, grado de acuerdo con prácticas preventivas.
- Comportamientos y predisposición a la acción: adopción de conductas responsables, intención de cambio y cumplimiento de recomendaciones.

A partir de estas dimensiones se diseñaron instrumentos de medición estandarizados, consistentes en cuestionarios estructurados, que permitirán realizar comparaciones entre una línea de base previa a la campaña y una medición posterior a su implementación. De este modo, se garantiza que los resultados puedan ser utilizados como insumo para la toma de decisiones y el ajuste de la política pública.

A continuación se presenta el cuestionario base que permitirá evaluar la evolución de la percepción del público general en relación a la problemática y el nivel de impacto de la campaña a implementar.

Introducción para el/la encuestado/a:

Esta encuesta forma parte de un estudio para conocer qué sabe y qué piensa la población sobre el manejo del fuego y la prevención de incendios forestales en la provincia. Sus respuestas son anónimas y serán utilizadas únicamente con fines estadísticos.

A. Datos sociodemográficos

1. Edad

☐ 15–24 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55–64 ☐ 65 o más

2. Género

☐ Femenino ☐ Masculino ☐ No binario / otro ☐ Prefiere no responder

3. Localidad
☐ Ushuaia ☐ Río Grande ☐ Tolhuin ☐ Zona rural ☐ Otra: _____

4. Zona de residencia
☐ Urbana ☐ Rural

B. Conocimiento

5. ¿Considerás que los incendios forestales representan un problema relevante en la provincia?
☐ Nada ☐ Poco ☐ Bastante ☐ Muy relevante
6. ¿Sabés cuáles son las principales causas de los incendios forestales?
☐ Sí ☐ No
7. En tu opinión, la mayoría de los incendios se originan por:
☐ Fenómenos naturales ☐ Actividades humanas ☐ No sabe
8. ¿Conocés alguna medida básica de prevención?
☐ Sí ☐ No
9. ¿Sabés qué organismo interviene ante un incendio forestal?
☐ Sí ☐ No

C. Acceso a la información

10. ¿Sabés dónde encontrar información confiable sobre prevención de incendios en la provincia?
☐ Sí ☐ No
11. (Si respondió sí) ¿Dónde la buscarías?
☐ Sitio web oficial
☐ Redes sociales institucionales
☐ Medios de comunicación
☐ Escuela / institución
☐ Otro: _____
12. ¿Qué tan fácil te resulta acceder a esta información?
☐ Muy difícil ☐ Difícil ☐ Fácil ☐ Muy fácil

D. Creencias y percepciones

13. “El uso irresponsable del fuego es una de las principales causas de incendios”.
☐ Muy en desacuerdo ☐ En desacuerdo ☐ De acuerdo ☐ Muy de acuerdo
14. “La prevención es responsabilidad de toda la comunidad”.
☐ Muy en desacuerdo ☐ En desacuerdo ☐ De acuerdo ☐ Muy de acuerdo

15. “Me siento informado/a sobre cómo prevenir incendios forestales”.
☐ Nada ☐ Poco ☐ Bastante ☐ Mucho

E. Comportamientos

17. En los últimos 12 meses, ¿realizaste alguna de estas acciones?
☐ Encendiste fuego en espacios naturales
☐ Apagaste fogones correctamente
☐ Denunciaste situaciones de riesgo
☐ Ninguna
18. Si vieras a alguien encendiendo fuego en un lugar no permitido, ¿qué haría?
☐ Nada ☐ Advertir ☐ Avisar a una autoridad ☐ No sabe
19. ¿Estarías dispuesto/a a cambiar hábitos para prevenir incendios?
☐ No ☐ Tal vez ☐ Sí

F. Reconocimiento y recordación

20. ¿Recordás alguna campaña sobre manejo del fuego en la provincia?
☐ Sí ☐ No
21. (Si respondió sí) ¿Dónde la viste?
☐ Redes sociales ☐ Web oficial ☐ Radio ☐ Vía pública ☐ Otro: _____
22. ¿Recordás algún slogan o frase asociada?
☐ Sí ☐ No
23. (Si respondió sí) Escribilo: _____

G. Pregunta abierta

24. En tus palabras, ¿qué creés que podría ayudar a prevenir los incendios en la provincia?

Teniendo este cuestionario como base, los distintos indicadores se relevan en una medida global de desempeño, por medio del diseño de un sistema de ponderación que permita construir un Índice Sintético de Impacto (IIC) de la estrategia comunicacional. Este índice tiene como objetivo ofrecer una lectura agregada y comparable del efecto de la campaña, tanto en la medición de línea de base como en la evaluación posterior.

El IIC se estructura a partir de las cinco dimensiones analíticas desarrolladas: Conocimiento, Acceso a la información, Actitudes y percepciones, Comportamientos y Reconocimiento de la campaña. Cada una de ellas fue ponderada en función de su relevancia para los objetivos del proyecto, asignándose mayor peso a aquellas dimensiones directamente vinculadas con el cambio de conductas y la apropiación social de las prácticas preventivas.

En este sentido, se estableció la siguiente ponderación: Conocimiento (25%), Acceso a la información (15%), Actitudes y percepciones (20%), Comportamientos (25%) y Reconocimiento de campaña (15%), totalizando el 100% del índice. Para cada dimensión se definirá un subíndice normalizado en una escala de 0 a 100, a partir de la suma de los puntajes obtenidos en las preguntas correspondientes, en relación con el máximo teórico posible.

El Índice Sintético de Impacto (IIC) resulta de la suma de los sub índices ponderados y permite sintetizar, en un único valor, el desempeño global de la estrategia comunicacional. Su aplicación posibilita la comparación directa entre la medición previa y posterior a la campaña, así como la identificación de las dimensiones que presentan mayores fortalezas o requieren ajustes.

Finalmente, se estableció una escala de interpretación del IIC que permite clasificar el impacto de la campaña en cuatro niveles: bajo (0–39), medio (40–59), alto (60–79) y muy alto (80–100). Esta herramienta constituye un insumo estratégico para la toma de decisiones, el seguimiento de resultados y la rendición de cuentas del proyecto.

Tarea 4.2. Evaluación previa y posterior a la campaña

En el marco de esta tarea se definió el diseño metodológico de la evaluación, estableciendo el tipo de muestra, los criterios de selección de los casos y el procedimiento de recolección de la información, que será implementado en las siguientes etapas del proyecto.

Se prevé la realización de dos mediciones: una evaluación previa (línea de base), que permitirá conocer el punto de partida en términos de conocimiento, actitudes y prácticas de la población, y una evaluación posterior, orientada a identificar los cambios producidos como resultado de la campaña.

El instrumento de recolección consistirá en un cuestionario cerrado, diseñado en coherencia con los indicadores definidos en la Tarea 4.1, que permitirá obtener información comparable entre ambas instancias de medición. La aplicación de las encuestas se realizará mediante canales digitales y, cuando sea necesario, con apoyo presencial en espacios estratégicos.

El diseño metodológico del sistema de evaluación del proyecto se apoya en un enfoque mixto, que combina herramientas cuantitativas y cualitativas con el objetivo de relevar de manera integral los niveles de conocimiento, actitudes, percepciones, comportamientos y sentidos asociados al manejo del fuego y a la prevención de incendios forestales en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. En una primera instancia cuantitativa se indagan las principales dimensiones vinculadas al vínculo de la ciudadanía con esta problemática, así como el acceso a la información, la predisposición al cambio de hábitos y el reconocimiento de las acciones comunicacionales. Complementariamente, se prevé la incorporación de instancias cualitativas orientadas a profundizar en las representaciones sociales, las barreras culturales y las motivaciones que inciden en las prácticas cotidianas relacionadas con el uso del fuego.

La recolección de la información se realizó mediante la aplicación de un cuestionario estructurado, administrado a través de la técnica CAWI

(Computer-Assisted Web Interviewing), lo que permitirá alcanzar una amplia cobertura territorial, garantizar la estandarización de las respuestas y optimizar los tiempos de procesamiento. El mismo instrumento será utilizado tanto en la medición previa como en la posterior a la campaña, asegurando la comparabilidad de los resultados y la construcción de una línea de base sólida para la evaluación del impacto.

El estudio estuvo proyectado para en una muestra total de 1.200 casos por medición, sobre una población de referencia estimada en 185.732 habitantes, lo que representa una porción significativa del universo provincial y permite trabajar con un margen de error aproximado de $\pm 1,49\%$ y un nivel de confianza del 95%. La muestra será estratificada por localidad, edad, género y zona de residencia (urbana y rural), de modo de reflejar la diversidad demográfica y territorial de la provincia. En términos de distribución, se prevé una asignación proporcional que concentre aproximadamente el 45% de los casos en Río Grande (540 encuestas), el 40% en Ushuaia (480 encuestas), el 10% en Tolhuin (120 encuestas) y el 5% restante en zonas rurales y parajes (60 encuestas), replicando de manera aproximada la composición poblacional provincial.

En una primera instancia, el equipo se dedicó a delinear la distribución correspondiente para lograr la representatividad adecuada de los grupos sociodemográficos a tener en cuenta en el estudio. De acuerdo a los distintos parámetros se estipularon las siguientes cuotas:

Distribución territorial:

Localidad	% estimado	Casos
Río Grande	45 %	540
Ushuaia	40 %	480
Tolhuin	10 %	120
Zona rural / parajes	5 %	60
TOTAL	100 %	1.200

Distribución por edad:

Rango etario	%	Casos
15–24	18 %	216
25–34	20 %	240
35–44	22 %	264

45-54	20 %	240
55-64	12 %	144
65+	8 %	96
TOTAL	100 %	1.200

Distribución por tipo de zona:

Zona	%	Casos
Urbana	90 %	1.080
Rural	10 %	120
TOTAL	100 %	1.200

Si bien el diseño metodológico del estudio contemplaba una meta de aproximadamente 1.200 casos, actualmente se logró relevar un total de 495 encuestas válidas (entre ambas instancias), respetando la composición muestral propuesta en términos de variables sociodemográficas y distribución territorial. Esta diferencia responde, en gran medida, a las particularidades propias de la provincia, caracterizada por una baja densidad poblacional y por ciertas limitaciones en la disposición de la población a participar en cuestionarios de extensión media o larga, como el aquí implementado.

Como resultado de estas condiciones, se obtuvieron 123 casos válidos en la medición previa a la campaña y 372 casos válidos en la medición posterior, cifras inferiores a las inicialmente proyectadas. En este sentido, si bien los tamaños muestrales finalmente alcanzados no permiten sostener inferencias estadísticas con los niveles de precisión originalmente previstos, los resultados obtenidos constituyen un insumo valioso para identificar tendencias, percepciones, niveles de conocimiento y cambios observados entre ambas mediciones. Por ello, los datos presentados deben interpretarse principalmente como indicadores orientativos de la evolución de las variables analizadas y del impacto alcanzado por las acciones de comunicación implementadas durante el período de ejecución del proyecto. Las tablas detalladas de resultados por pregunta se presentan en el Anexo 5 del presente informe.

Los resultados del relevamiento previo a la realización de la campaña evidencian que los incendios forestales constituyen un problema ampliamente reconocido por la población de la provincia. El 90% de las personas encuestadas considera que se trata de una problemática relevante (62% “muy relevante” y 28% “bastante”), lo que da cuenta de un alto nivel de sensibilidad social frente al tema. No obstante, este reconocimiento no se traduce de manera equivalente en niveles homogéneos de conocimiento, acceso a la información ni adopción de prácticas preventivas. Por el

contrario, se identifican brechas significativas entre la percepción del problema y la capacidad de respuesta individual y colectiva, configurando un escenario característico de los desafíos en comunicación de riesgo: altos niveles de preocupación conviven con una baja apropiación operativa del problema.

En términos de atribución de causas, el 51% de la población identifica a las actividades humanas como principal origen de los incendios, en línea con la evidencia disponible, mientras que un 28% los atribuye a fenómenos naturales y un 21% declara no saberlo. Esta dispersión en las respuestas indica la necesidad de reforzar la claridad del mensaje causal, especialmente en torno al carácter mayoritariamente evitable de los incendios. Esta situación se vincula con una brecha más amplia entre conocimiento general y conocimiento aplicado. Si bien el 64% de las personas encuestadas declara conocer medidas básicas de prevención, solo el 41% afirma saber qué organismo interviene ante un incendio, y el 54% señala no saber dónde acceder a información confiable. A su vez, la percepción subjetiva de información es limitada: el 54% de la población se siente “poco” (38%) o “nada” (16%) informada sobre cómo prevenir incendios forestales. En conjunto, estos indicadores dan cuenta de una debilidad estructural del ecosistema informativo: la información existe, pero no logra consolidarse como accesible, clara y accionable para la ciudadanía.

Entre quienes declaran conocer canales de información (46% del total), las redes sociales institucionales aparecen como la principal vía de consulta (42%), seguidas por sitios web oficiales (21%) y medios de comunicación (18%), lo que refuerza la centralidad del entorno digital como espacio prioritario de intervención. Sin embargo, la facilidad de acceso percibida se distribuye de manera heterogénea: solo el 50% considera que acceder a esta información es “fácil” o “muy fácil”, mientras que el otro 50% lo percibe como “difícil” (32%) o “muy difícil” (18%), lo que refuerza la necesidad de simplificar y jerarquizar la comunicación pública disponible.

En cuanto a las creencias y percepciones sociales, se observa un alto nivel de consenso en torno a dos ideas clave: el 88% de las personas está de acuerdo en que el uso irresponsable del fuego es una de las principales causas de los incendios (55% “muy de acuerdo” y 33% “de acuerdo”), y el 90% considera que la prevención es una responsabilidad de toda la comunidad (61% “muy de acuerdo” y 29% “de acuerdo”). Este acuerdo constituye un activo estratégico relevante, en tanto habilita el desarrollo de campañas basadas en normas sociales compartidas y en la corresponsabilidad ciudadana. Sin embargo, este consenso convive con una autopercepción de baja información, lo que sugiere que, si bien la población reconoce el problema y su rol en la prevención, no necesariamente dispone de herramientas concretas para actuar en consecuencia.

El análisis de los comportamientos refuerza esta interpretación. Un 29% de las personas encuestadas declara haber encendido fuego en espacios naturales en los últimos 12 meses, mientras que solo el 48% afirma haber apagado fogones correctamente y apenas el 14% reporta haber denunciado situaciones de riesgo. Estos datos indican que las prácticas preventivas no se encuentran plenamente internalizadas, especialmente en lo referido a acciones proactivas como la denuncia. No obstante, frente a situaciones hipotéticas, el 73% de la población manifiesta predisposición a intervenir (41% advierte a la persona y 32% daría aviso a una autoridad), mientras que un 63% declara estar dispuesto a cambiar hábitos para

prevenir incendios (y un 27% adicional se muestra indeciso). Este contraste entre comportamiento efectivo y disposición declarada pone en evidencia una oportunidad clara para el desarrollo de estrategias orientadas al cambio de comportamiento, particularmente aquellas que reduzcan barreras prácticas y refuercen la autoeficacia.

Por su parte, la evaluación del ecosistema de comunicación muestra niveles limitados de alcance y efectividad de las campañas previas. Solo el 38% de la población recuerda haber visto alguna campaña sobre manejo del fuego, y apenas el 19% logra recordar un slogan o mensaje específico, lo que evidencia una baja penetración y memorabilidad. Entre quienes sí recuerdan campañas, las redes sociales concentran el 45% de las menciones, seguidas por la radio (21%) y la vía pública (17%), lo que confirma la relevancia de estos canales, aunque también señala la necesidad de mejorar la consistencia, claridad y reiteración de los mensajes para lograr mayor impacto.

En función de estos hallazgos, se desprende que una estrategia efectiva de comunicación en manejo del fuego debe trascender los enfoques centrados exclusivamente en la sensibilización y orientarse decididamente hacia la promoción de conductas concretas. Esto implica desarrollar mensajes claros, simples y accionables, reforzados mediante la repetición sistemática y acompañados por herramientas que faciliten su implementación. Asimismo, resulta prioritario consolidar un encuadre claro sobre el origen mayoritariamente humano y evitable de los incendios, fortalecer el ecosistema informativo mediante la centralización y simplificación de las fuentes, y optimizar el uso de canales digitales como principal vía de contacto con la ciudadanía.

Del mismo modo, se vuelve clave mejorar la efectividad de las campañas mediante el desarrollo de conceptos creativos consistentes, sostenidos en el tiempo y fácilmente recordables, así como mediante la articulación de múltiples puntos de contacto que refuercen la exposición a los mensajes. En paralelo, el alto nivel de acuerdo en torno a la responsabilidad colectiva constituye una oportunidad para promover normas sociales positivas, incentivar la intervención ciudadana frente a conductas de riesgo y fortalecer el sentido de corresponsabilidad en la prevención.

En síntesis, en sus valores actuales el estudio muestra que la provincia cuenta con una base favorable para el desarrollo de políticas de comunicación en manejo del fuego, caracterizada por un alto nivel de conciencia del problema, acuerdo respecto de sus principales causas y predisposición al cambio por parte de la población. No obstante, persisten desafíos significativos vinculados al acceso a la información, la apropiación de prácticas preventivas y la efectividad de las estrategias comunicacionales. En este contexto, el principal desafío estratégico consiste en cerrar la brecha entre el conocimiento y la acción, transformando la preocupación existente en comportamientos concretos, sostenidos y socialmente compartidos.

Los resultados del relevamiento realizado con posterioridad a la ejecución de la campaña permiten observar una evolución positiva en la mayoría de los indicadores vinculados al conocimiento, acceso a la información, percepciones y predisposición a adoptar conductas preventivas frente a los incendios forestales. Si bien persisten desafíos en distintas dimensiones, la comparación con la medición inicial sugiere avances consistentes con los objetivos de sensibilización, información y fortalecimiento de capacidades ciudadanas perseguidos por la estrategia de comunicación

implementada -especialmente dado el breve período de implementación que corresponde al presente proyecto-.

En primer lugar, se observa una consolidación de la percepción de los incendios forestales como una problemática relevante para la provincia. El 94% de las personas encuestadas considera que se trata de un tema “muy relevante” (70%) o “bastante relevante” (24%), superando los niveles registrados en la medición inicial. Este resultado indica no solo la persistencia de una elevada sensibilidad social frente al problema, sino también una mayor instalación del tema en la agenda pública.

Los avances más significativos se registran en materia de conocimiento. El 82% de la población afirma conocer las principales causas de los incendios forestales, frente al 58% registrado en la medición previa. Asimismo, el 68% identifica a las actividades humanas como principal origen de los incendios, mientras que disminuyen tanto las atribuciones a causas naturales como las respuestas de desconocimiento. Este comportamiento resulta consistente con uno de los principales ejes de la campaña, orientado a reforzar la comprensión de que la mayoría de los incendios son evitables y están asociados a acciones humanas.

Del mismo modo, se verifican mejoras sustanciales en el conocimiento de medidas preventivas y de los organismos responsables de intervenir ante emergencias. El porcentaje de personas que declara conocer medidas básicas de prevención asciende al 86%, mientras que el conocimiento sobre los organismos competentes pasa del 41% al 74%. Estos resultados sugieren una mayor apropiación de información práctica y operativa, aspecto fundamental para fortalecer la capacidad de respuesta de la ciudadanía ante situaciones de riesgo.

En relación con el acceso a la información, también se observan cambios relevantes. Mientras que en la medición inicial menos de la mitad de las personas encuestadas manifestaba saber dónde encontrar información confiable, en esta instancia el porcentaje asciende al 78%. Entre quienes identifican canales de consulta, las redes sociales institucionales concentran el 57% de las menciones, consolidándose como la principal fuente de información sobre prevención y manejo del fuego. Paralelamente, mejora la percepción de accesibilidad: el 72% considera que acceder a esta información es “fácil” o “muy fácil”, frente al 50% registrado previamente. Estos datos indican un fortalecimiento del ecosistema informativo y una mayor visibilidad de los canales oficiales de comunicación.

Las creencias y percepciones sociales también muestran una evolución favorable. El 92% de las personas encuestadas coincide en que el uso irresponsable del fuego constituye una de las principales causas de los incendios forestales, mientras que el 94% considera que la prevención es una responsabilidad compartida por toda la comunidad. En ambos casos se registra un incremento respecto de la medición inicial, reforzando la consolidación de marcos interpretativos alineados con los mensajes promovidos durante la campaña. Asimismo, la autopercepción de información presenta una mejora significativa: el 72% manifiesta sentirse “bastante” o “muy” informado sobre cómo prevenir incendios, frente al 46% registrado previamente.

Los indicadores vinculados a comportamientos y predisposición a la acción también presentan señales positivas. El porcentaje de personas que declara haber encendido fuego en espacios naturales durante el último año disminuye del 29% al 22%, mientras que quienes afirman apagar correctamente los fogones aumentan del

48% al 68%. Asimismo, se incrementa la proporción de personas que reportan haber denunciado situaciones de riesgo. Si bien estos datos deben interpretarse con cautela debido a la naturaleza declarativa de las respuestas, sugieren una mayor incorporación de prácticas preventivas y una creciente conciencia respecto de las conductas de riesgo.

En escenarios hipotéticos de riesgo también se observan cambios relevantes. El 85% de las personas encuestadas manifiesta que advertiría a terceros o daría aviso a las autoridades ante una situación indebida relacionada con el uso del fuego, mientras que el porcentaje de quienes declaran estar dispuestos a modificar hábitos para prevenir incendios asciende al 82%, casi veinte puntos porcentuales por encima de la medición inicial. Estos resultados refuerzan la hipótesis de que la campaña contribuyó a fortalecer la predisposición ciudadana hacia conductas preventivas y de cuidado colectivo.

En cuanto al ecosistema de comunicación, los resultados muestran una mejora moderada pero significativa en los niveles de alcance y recordación. El 53% de las personas encuestadas recuerda haber visto alguna campaña vinculada al manejo del fuego, frente al 38% registrado previamente. Entre quienes recuerdan la campaña, las redes sociales representan el principal canal de exposición, concentrando el 61% de las menciones. Asimismo, el 64% de quienes recuerdan la campaña logra identificar algún slogan asociado, destacándose “Naturaleza sin incendios” como la consigna con mayor nivel de recordación espontánea (72%), seguida por la referencia “Naturaleza sin fuego” (17%). Estos resultados sugieren una adecuada penetración de los mensajes centrales de la estrategia y una asociación relativamente consistente entre la temática abordada y la identidad comunicacional desarrollada.

Las respuestas a la pregunta abierta refuerzan esta tendencia. Entre las principales menciones sobre qué podría ayudar a prevenir los incendios en la provincia se destacan las campañas de concientización e información permanente, la necesidad de fortalecer los controles y sanciones, la difusión a través de redes sociales y medios de comunicación, la educación ambiental desde edades tempranas y una mayor responsabilidad ciudadana. La presencia de estos conceptos en las respuestas espontáneas sugiere que los mensajes vinculados a la prevención, la información y la corresponsabilidad lograron incorporarse parcialmente en las percepciones de la población.

En conjunto, los resultados obtenidos permiten concluir que la campaña contribuyó a mejorar los niveles de conocimiento, fortalecer el acceso a la información, incrementar la percepción de autoeficacia y promover una mayor predisposición hacia comportamientos preventivos. Al mismo tiempo, la persistencia de segmentos de población que aún desconocen fuentes de información, organismos competentes o medidas básicas de prevención indica la necesidad de sostener y profundizar las acciones de comunicación en el tiempo. En este sentido, los hallazgos sugieren que una estrategia continuada, apoyada en canales digitales, mensajes claros y acciones de proximidad territorial, podría consolidar y ampliar los avances observados durante esta primera etapa de implementación.

En términos generales, tal como se señala la Tabla 7, los resultados obtenidos permiten afirmar que la estrategia de comunicación implementada contribuyó a fortalecer el conocimiento público sobre la problemática de los incendios forestales,

mejorar el acceso a información preventiva y promover una mayor predisposición ciudadana hacia conductas de cuidado y prevención. Si bien la duración de la campaña fue relativamente breve y las mediciones disponibles no permiten establecer relaciones causales concluyentes, la evolución observada en la mayoría de los indicadores analizados resulta consistente con los objetivos planteados por el proyecto y con las principales recomendaciones identificadas en la revisión bibliográfica y las consultas a especialistas. En particular, los avances registrados en materia de identificación de causas, conocimiento de medidas preventivas, reconocimiento de organismos competentes y disposición al cambio de hábitos sugieren que las acciones desarrolladas lograron contribuir al fortalecimiento de capacidades individuales y colectivas para la prevención de incendios forestales.

Indicador	Pre campaña	Post campaña	Variación
Conoce causas de los incendios	58%	82%	+24 pts
Conoce medidas de prevención	64%	86%	+22 pts
Conoce organismo interviniente	41%	74%	+33 pts
Sabe dónde encontrar información	46%	78%	+32 pts
Se siente bastante o muy informado	46%	72%	+26 pts
Recuerda campañas	38%	53%	+15 pts
Dispuesto a cambiar hábitos	63%	82%	+19 pts

Tabla 7. Síntesis de variación de indicadores clave sobre impacto de la campaña corrida durante los últimos meses.

Al mismo tiempo, los resultados ponen de manifiesto que la comunicación constituye un proceso acumulativo que requiere continuidad, reiteración y adaptación permanente a los distintos públicos y contextos territoriales. En este sentido, las mejoras observadas durante esta primera etapa representan una base auspiciosa para el desarrollo de futuras acciones, orientadas no sólo a incrementar los niveles de información y sensibilización, sino también a consolidar cambios sostenidos en las prácticas y comportamientos vinculados al uso responsable del fuego. La evidencia relevada refuerza así la importancia de sostener estrategias integrales de comunicación pública como componente permanente de las políticas de prevención y manejo del fuego en la provincia.

Tarea 4.3. Consolidación de recomendaciones

La implementación del sistema de evaluación previsto en el proyecto permitió no sólo relevar información relevante sobre los niveles de conocimiento, actitudes y comportamientos de la población frente a la problemática de los incendios forestales, sino también generar una serie de aprendizajes sobre la efectividad de las acciones de comunicación desarrolladas y sobre las condiciones necesarias para fortalecer futuras estrategias de prevención. En este sentido, el análisis comparado entre la medición previa y posterior a la campaña constituye una herramienta valiosa para identificar avances, reconocer limitaciones y orientar la toma de decisiones en materia de comunicación pública vinculada al manejo del fuego.

Uno de los principales hallazgos del proceso de evaluación, sintetizado en el Gráfico 4, refiere a la capacidad de las acciones comunicacionales para mejorar significativamente los niveles de conocimiento e información de la ciudadanía en períodos relativamente breves de tiempo. A pesar de que la campaña se desarrolló durante aproximadamente dos meses, se registraron incrementos relevantes en indicadores asociados al conocimiento de las causas de los incendios, las medidas básicas de prevención, los organismos competentes para intervenir ante emergencias y los canales disponibles para acceder a información confiable. Del mismo modo, se observó una mejora significativa en la percepción subjetiva de información por parte de la población.

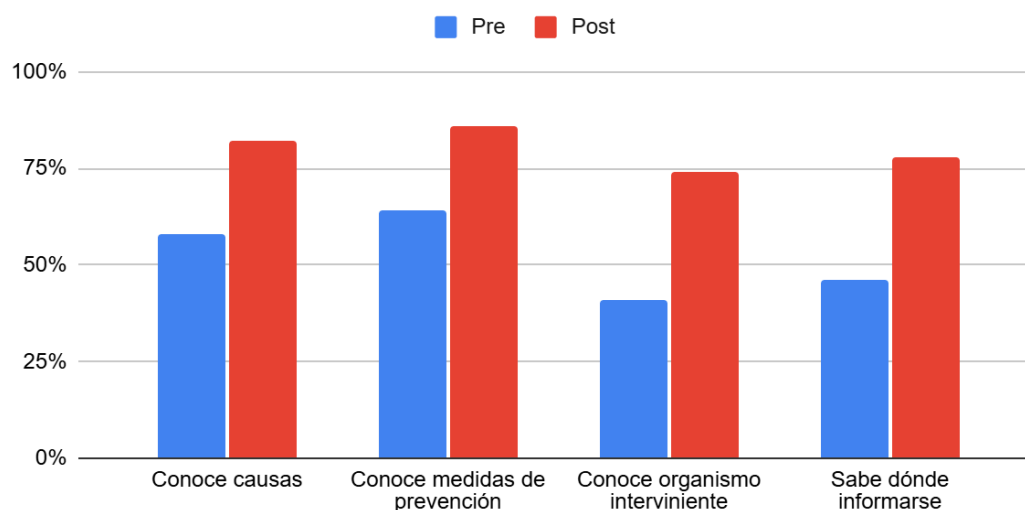


Gráfico 4. Evolución de indicadores clave de conocimiento e información (Pre campaña vs. Post campaña)

Los resultados sugieren que las estrategias de comunicación orientadas a brindar información clara, accesible y práctica pueden generar impactos positivos en plazos relativamente acotados, especialmente cuando se apoyan en canales digitales de amplio alcance. En consecuencia, una primera recomendación consiste en consolidar la comunicación preventiva como una política sostenida en el tiempo, evitando concentrar los esfuerzos exclusivamente durante períodos de mayor riesgo. La evidencia relevada indica que la continuidad de los mensajes resulta fundamental para fortalecer la apropiación de conocimientos y consolidar aprendizajes duraderos.

Asimismo, los resultados muestran que los mayores avances se registraron en dimensiones vinculadas al conocimiento y acceso a la información, mientras que los cambios observados en comportamientos concretos resultan más moderados. Si bien disminuyó la proporción de personas que declara haber encendido fuego en espacios naturales y aumentó el porcentaje de quienes afirman adoptar prácticas preventivas, los indicadores asociados a la denuncia de situaciones de riesgo y a determinadas conductas específicas presentan márgenes de mejora significativos.

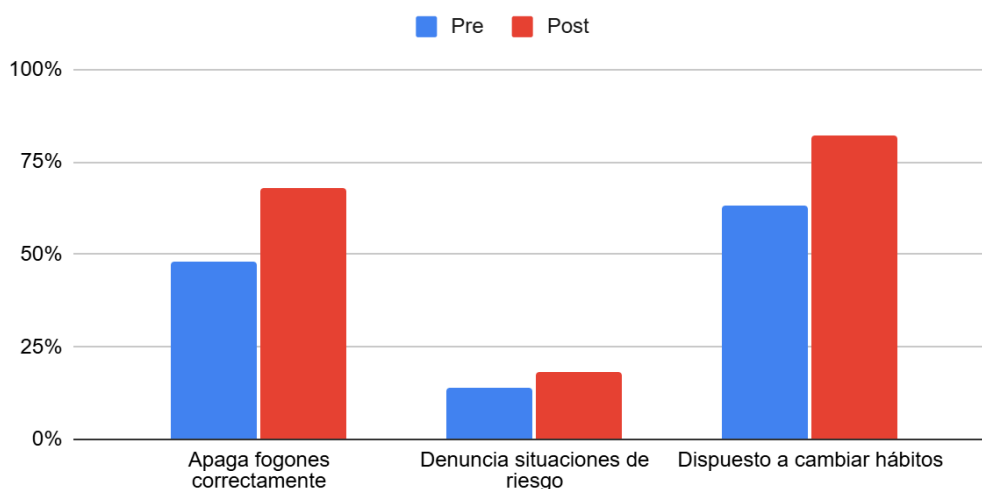


Gráfico 5. Indicadores de evolución de comportamientos preventivos y disposición al cambio de hábitos

Este comportamiento resulta consistente con la literatura especializada en comunicación para la gestión del riesgo, que señala que los cambios en conocimientos y percepciones suelen producirse con mayor rapidez que las transformaciones conductuales. En este sentido, futuras campañas deberían complementar las acciones de sensibilización con herramientas específicamente orientadas al cambio de comportamiento, incorporando mensajes más concretos, llamados a la acción explícitos, ejemplos prácticos y recursos que faciliten la adopción efectiva de conductas preventivas. Del mismo modo, se recomienda fortalecer estrategias que promuevan la participación activa de la ciudadanía y reduzcan las barreras existentes para la denuncia o intervención frente a situaciones de riesgo.

Otro de los aprendizajes relevantes surge del análisis de los canales de acceso a la información y de los mecanismos de recordación de la campaña. Tanto en la medición previa como en la posterior, las redes sociales aparecen como el principal espacio de contacto entre la ciudadanía y la información vinculada al manejo del fuego. Sin embargo, luego de la implementación de la campaña se observa una mayor centralidad de estos canales, tal como se refleja en el Gráfico 6, por su impacto tanto

como fuente de consulta como vía principal de exposición a los contenidos difundidos digitalmente.

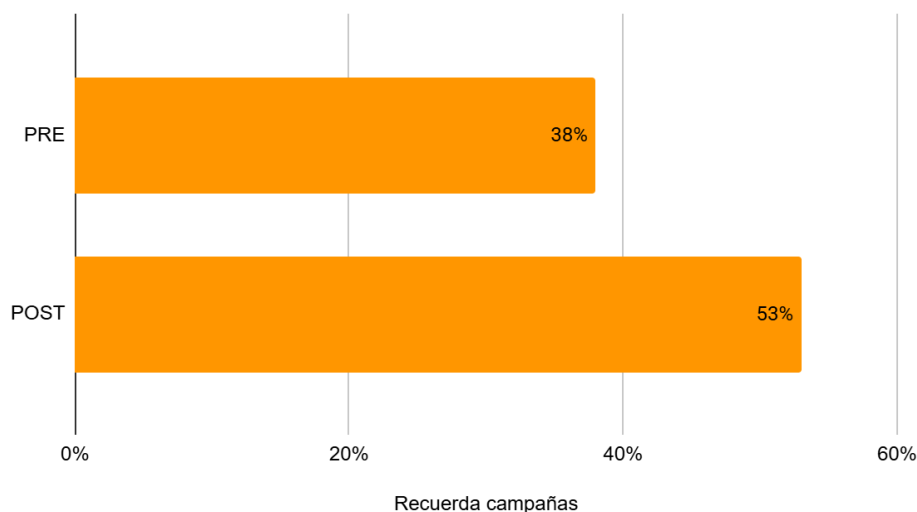


Gráfico 6. Recordación espontánea de campañas vinculadas a manejo del fuego

Estos resultados permiten concluir que las plataformas digitales constituyen actualmente el principal entorno de comunicación para este tipo de iniciativas, particularmente entre los segmentos más jóvenes y urbanos de la población. En consecuencia, se recomienda mantener y profundizar la inversión en estrategias digitales, fortaleciendo la producción de contenidos específicos para redes sociales, la segmentación de públicos, el uso de formatos audiovisuales breves y la generación de campañas de pauta que permitan ampliar el alcance de los mensajes. No obstante, también resulta conveniente sostener una presencia complementaria en medios tradicionales y espacios físicos de circulación pública, especialmente para alcanzar segmentos con menor nivel de conectividad o menor exposición a entornos digitales.

La evaluación también aporta evidencia relevante respecto de la construcción de identidad comunicacional. Los resultados muestran que una proporción significativa de las personas que recordaron la campaña logró asociarla con alguno de los slogans difundidos, destacándose especialmente la consigna “Naturaleza sin incendios”, que concentró la mayor parte de las menciones espontáneas.

Este resultado constituye un indicador positivo respecto de la consistencia y memorabilidad de la estrategia creativa desarrollada. La experiencia obtenida sugiere que las campañas de prevención se benefician de la utilización de conceptos simples, fácilmente reconocibles y sostenidos en el tiempo. En consecuencia, se recomienda evitar la dispersión de mensajes o la modificación frecuente de las identidades comunicacionales, priorizando en cambio la construcción progresiva de conceptos que puedan consolidarse en la memoria colectiva y facilitar la asociación inmediata entre los mensajes y la temática abordada.

Por otra parte, el proceso de evaluación permitió identificar aprendizajes metodológicos relevantes para futuras instancias de monitoreo. La experiencia de campo evidenció las dificultades existentes para alcanzar tamaños muestrales elevados en contextos de baja densidad poblacional, así como las limitaciones

asociadas a la aplicación de cuestionarios extensos mediante modalidades autoadministradas. Asimismo, se observó que determinados períodos del año, particularmente aquellos coincidentes con recesos vacacionales o temporadas de alta movilidad, presentan menores niveles de participación y respuesta.

En función de estas observaciones, se recomienda que futuros procesos de evaluación contemplen períodos más extensos para la recolección de información, instrumentos de consulta más breves y estrategias complementarias de captación de casos. Del mismo modo, podría resultar beneficioso incorporar metodologías cualitativas adicionales, tales como entrevistas en profundidad o grupos focales, que permitan complementar la información cuantitativa y profundizar en la comprensión de las barreras culturales, percepciones y motivaciones que influyen en los comportamientos vinculados al uso del fuego.

En términos generales, la experiencia desarrollada permite concluir que las acciones de comunicación implementadas contribuyeron a fortalecer el ecosistema informativo vinculado a la prevención de incendios forestales, incrementando los niveles de conocimiento, mejorando la accesibilidad de la información y favoreciendo una mayor predisposición ciudadana hacia conductas preventivas. Si bien los resultados obtenidos corresponden a una primera etapa de trabajo y deben interpretarse considerando las limitaciones metodológicas ya señaladas, la evolución observada en los principales indicadores constituye una evidencia alentadora respecto del potencial de las estrategias de comunicación pública para contribuir a la reducción de riesgos asociados al uso irresponsable del fuego.

En este marco, la principal recomendación estratégica consiste en consolidar un esquema permanente de comunicación preventiva, articulado con las áreas técnicas responsables del manejo del fuego y sostenido durante todo el año. La evidencia obtenida sugiere que la continuidad, la coherencia de los mensajes, la utilización intensiva de canales digitales y la promoción de conductas concretas de prevención constituyen factores clave para profundizar los avances alcanzados y fortalecer una cultura de corresponsabilidad social frente a la problemática de los incendios forestales en la provincia.

7. ANEXOS

Anexo 1: Documento de Mensajes Clave

Documento de Mensajes Clave

Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego – Provincia de Tierra del Fuego A.I.A.S

1. Enfoque general de la estrategia de mensajes

La construcción de los mensajes del Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego se basa en una articulación entre el marco normativo vigente de la provincia y las prácticas, percepciones y hábitos de consumo informativo de la ciudadanía. En este sentido, la estrategia comunicacional se orienta a traducir contenidos técnicos y jurídicos en mensajes accesibles, relevantes y accionables, capaces de incidir en los comportamientos individuales y colectivos vinculados al uso del fuego.

El enfoque adoptado combina un tono cercano y ciudadano en los contenidos de campaña, con un respaldo institucional que garantiza la legitimidad de la información. De este modo, los mensajes no solo informan, sino que orientan, acompañan y promueven la adopción de prácticas seguras.

Asimismo, la coyuntura actual —marcada por una alta visibilidad pública de la problemática de los incendios forestales— permite anclar los mensajes en una experiencia social compartida de riesgo, potenciando su alcance y su capacidad de resonancia.

2. Estructura de los mensajes

La estrategia se organiza en tres categorías funcionales complementarias:

2.1. Mensajes normativos y de contexto

Tienen como objetivo construir un marco de comprensión común sobre el problema, legitimar la acción del Estado y posicionar la normativa como herramienta de cuidado colectivo.

2.2. Mensajes de orientación de comportamientos

Traducen la normativa en acciones concretas, simples y aplicables en la vida cotidiana.

2.3. Mensajes de participación y corresponsabilidad

Buscan generar identificación, compromiso y apropiación social del problema, promoviendo una cultura preventiva.

3. Desarrollo de los mensajes

3.1. Mensajes normativos y de contexto

Estos mensajes construyen el marco de sentido que permite comprender el manejo del fuego como un problema público, ambiental y social.

Se orientan a comunicar que:

- La provincia cuenta con un marco normativo específico que regula el uso del fuego en áreas naturales.
- Existen reglas claras sobre dónde, cuándo y cómo se puede hacer fuego.
- El riesgo de incendios no es constante, sino que varía según condiciones climáticas y ambientales.
- El Índice de Peligrosidad de Incendios es una herramienta clave para la toma de decisiones cotidianas.

Mensajes clave:

- “No siempre se puede hacer fuego: depende del riesgo del día”
- “Consultar el índice de peligrosidad es tan importante como mirar el clima”
- “Las normas no prohíben: protegen”
- “El fuego mal usado puede afectar bosques, viviendas y vidas”

3.2. Mensajes de orientación de comportamientos

Estos mensajes trasladan la información al plano de la acción concreta, organizando las conductas en una secuencia clara: antes, durante y después de las actividades que pueden implicar un riesgo.



3.3. Mensajes de participación y corresponsabilidad

Estos mensajes construyen una narrativa de identidad colectiva y compromiso social.

Se orientan a:

- Fortalecer el sentido de pertenencia territorial
- Promover el cuidado del entorno como valor compartido
- Activar la participación ciudadana

Mensajes clave:

- "Cuidar el bosque es cuidarnos"
- "El fuego se previene entre todos"
- "Somos ciudadanos del Fin del Mundo y protegemos nuestro hogar"
- "Cada acción cuenta para evitar un incendio"

4. Slogans del sistema

Los siguientes slogans funcionan como piezas de alto impacto y puertas de entrada a los contenidos:

- La prevención no es humo: prevenir los incendios es evitarlos
- Si ves humo o fuego, llámá de inmediato al 103 o al 911
- Tu aviso temprano hace la diferencia entre un foco y un incendio

Estos pueden alternarse según el formato, el canal y la audiencia, manteniendo coherencia con el resto de la estrategia.

5. Criterios transversales de comunicación

Todos los mensajes deben cumplir con los siguientes criterios:

- **Claridad:** lenguaje simple, directo y comprensible.
- **Accionabilidad:** incluir siempre una indicación concreta.
- **Consistencia:** mantener coherencia entre canales y voceros.
- **Pertinencia:** adaptarse al contexto (riesgo, época, situación).
- **Relevancia:** vincularse con situaciones reales de la vida cotidiana.
- **Enfoque positivo:** priorizar el cuidado y la prevención por sobre la sanción.

La estrategia de mensajes propuesta permite articular conocimiento normativo, orientación práctica y compromiso ciudadano en un sistema coherente, accesible y orientado al cambio de comportamiento. Su implementación transversal en los distintos canales del ecosistema comunicacional constituye un insumo clave para la construcción de una cultura preventiva en torno al manejo del fuego en la provincia.

Anexo 2: Guía de lineamientos para la producción de contenidos

Guía de lineamientos para la producción de contenidos

Sistema de Comunicación Integral sobre Manejo del Fuego – Provincia de Tierra del Fuego A.I.A.S

1. Introducción y propósito de la guía

La presente guía tiene como objetivo orientar la producción de contenidos vinculados a la prevención de incendios forestales en la provincia de Tierra del Fuego, brindando herramientas claras y accesibles para que distintos actores —instituciones públicas, equipos de comunicación, docentes, organizaciones sociales y comunitarias— puedan comunicar de manera efectiva, responsable y coherente.

En un contexto donde la información circula de forma permanente y a gran velocidad, la calidad de los mensajes resulta determinante. No se trata únicamente de comunicar más, sino de comunicar mejor: con claridad, con propósito y con responsabilidad. Cada contenido que se produce y difunde contribuye a construir una forma de comprender el problema, y puede influir directamente en las decisiones y comportamientos de las personas.

Por ello, esta guía propone criterios comunes que permitan ordenar la comunicación, evitar contradicciones y fortalecer una narrativa compartida en torno al cuidado del entorno y la prevención del fuego.

2. ¿Qué buscamos con los contenidos?

Antes de producir cualquier contenido, es importante tener en claro su propósito. En el marco de este sistema, los contenidos deben contribuir a:

- **Informar** de manera clara y confiable sobre la normativa y las condiciones de riesgo
- **Orientar** a la ciudadanía en la adopción de prácticas seguras
- **Prevenir** situaciones que puedan derivar en incendios
- **Promover la corresponsabilidad**, entendiendo que el cuidado del entorno es una tarea colectiva

Esto implica que cada pieza comunicacional —ya sea un posteo en redes sociales, una guía, una actividad educativa o un afiche— debe responder a una pregunta concreta: *¿Qué necesita saber o hacer la persona que recibe este mensaje?*

3. Principios básicos para comunicar

3.1. Hablar claro y sencillo

Uno de los principales desafíos en la comunicación sobre manejo del fuego es traducir información técnica o normativa a un lenguaje que todas las personas puedan comprender.

Esto implica:

- Evitar tecnicismos o explicarlos cuando sean necesarios
- Utilizar frases cortas y directas
- Priorizar ejemplos de la vida cotidiana

Por ejemplo, en lugar de comunicar “Índice de peligrosidad alto”, es recomendable agregar: *“Hoy no está permitido hacer fuego por el nivel de riesgo.”*

3.2. Orientar a la acción

Un buen contenido no solo informa, sino que también orienta.

Siempre que sea posible, los mensajes deben incluir indicaciones concretas:

- qué hacer
- qué evitar
- cómo actuar ante una situación específica

Por ejemplo:

- “Consultá el índice antes de salir”
- “Usá anafe en lugar de hacer fuego”
- “Si ves humo, llamá al 103 o al 911”

Esto facilita que la información se transforme en comportamiento.

3.3. Conectar con situaciones reales

La comunicación es más efectiva cuando se vincula con experiencias cotidianas.

Se recomienda situar los mensajes en contextos reconocibles:

- salidas al campo
- actividades recreativas
- turismo
- uso de espacios naturales

Esto permite que las personas se identifiquen con la situación y comprendan mejor la relevancia del mensaje.

3.4. Mantener coherencia

Para que la comunicación sea efectiva, es fundamental que los mensajes sean consistentes en todos los canales y actores.

Esto implica:

- usar los mismos conceptos
- respetar los mensajes clave definidos
- evitar contradicciones entre contenidos

La coherencia fortalece la confianza en la información y facilita su recordación.

3.5. Priorizar el cuidado

El enfoque general de la comunicación debe centrarse en el cuidado, no en la sanción.

En lugar de mensajes que generen miedo o culpa, se recomienda:

- enfatizar la prevención
- destacar el impacto positivo de las acciones individuales
- promover una mirada colectiva del problema

4. Tipos de contenidos y cómo utilizarlos

Para facilitar la producción, los contenidos pueden organizarse en cuatro grandes tipos, que pueden combinarse entre sí.

4.1. Contenidos informativos

Explican el problema, la normativa y las condiciones de riesgo.

Ejemplos:

- qué está permitido y qué no
- cómo funciona el índice de peligrosidad

- por qué se producen los incendios

Son fundamentales para construir conocimiento.

4.2. Contenidos prácticos

Indican qué hacer en situaciones concretas.

Ejemplos:

- recomendaciones antes, durante y después de una actividad
- alternativas seguras al uso del fuego
- cómo apagar correctamente un fuego

Son clave para transformar el conocimiento en acción.

4.3. Contenidos de sensibilización

Buscan generar identificación y compromiso.

Ejemplos:

- mensajes sobre el cuidado del entorno
- identidad territorial
- valor del bosque y la biodiversidad

Ayudan a construir una cultura preventiva.

4.4. Contenidos de activación

Promueven una respuesta inmediata.

Ejemplos:

- llamados a reportar humo o fuego
- difusión de canales de emergencia
- alertas en contextos de riesgo

Son centrales en momentos críticos.

5. Uso de formatos

Los contenidos deben adaptarse a formatos que faciliten su comprensión y circulación.

Se recomienda:

- **Videos breves:** para explicar o generar impacto
- **Placas gráficas:** para mensajes claros y directos
- **Carruseles:** para explicar paso a paso
- **Infografías:** para sintetizar información
- **Materiales descargables:** para uso educativo o comunitario

En todos los casos, es importante:

- priorizar la lectura rápida
- utilizar recursos visuales claros
- adaptar los contenidos a dispositivos móviles

6. Comunicación en redes sociales

Las redes sociales son uno de los principales canales de difusión, por lo que requieren una atención específica.

Se recomienda estructurar los contenidos de la siguiente manera:

- **Inicio:** una frase clara o una pregunta que capte la atención
- **Desarrollo:** información breve y concreta
- **Cierre:** un llamado a la acción

Además, es importante:

- responder consultas cuando sea posible
- fomentar la interacción
- priorizar la difusión de información oficial

7. Comunicación responsable en contextos de emergencia

En situaciones de incendios activos, la comunicación adquiere un rol especialmente sensible. No solo informa, sino que puede incidir directamente en la percepción del riesgo, en las decisiones de la población e incluso en el desarrollo de los operativos.

En este sentido, especialistas en comunicación ambiental como Sofía Nemen destacan la importancia de promover prácticas de comunicación responsables, especialmente entre quienes no se encuentran en zonas de riesgo directo.

7.1. Evitar el catastrofismo

Es natural que las situaciones de emergencia generen preocupación, pero es importante evitar mensajes exagerados o alarmistas.

La comunicación debe ser:

- clara
- precisa
- sin dramatización innecesaria

Esto contribuye a no generar angustia en personas que puedan estar directamente afectadas.

7.2. Verificar la información

Antes de compartir contenido, es fundamental confirmar su veracidad.

Se recomienda:

- priorizar siempre fuentes oficiales
- evitar difundir rumores o información no confirmada
- no replicar contenidos sin verificar

7.3. Comunicar con propósito

Antes de publicar, es útil hacerse una pregunta simple:

¿Este contenido ayuda en esta situación?

Es importante priorizar:

- información útil
- comunicados oficiales
- pedidos de ayuda verificados

Y evitar contenidos que:

- sumen confusión
- generen enojo sin aportar soluciones
- entorpezcan la circulación de información relevante

7.4. Cuidar las narrativas

En contextos de alta exposición mediática, la forma en que se comunica es tan importante como el contenido.

Promover narrativas de cuidado implica:

- acompañar sin generar pánico
- informar sin saturar
- contribuir a una comunicación ordenada

8. Articulación con el sistema comunicacional

Todos los contenidos producidos deben integrarse al sistema general, lo que implica:

- reforzar los mensajes clave definidos
- derivar al sitio web oficial como fuente principal
- mantener coherencia con las vocerías institucionales
- alinearse con las campañas vigentes

La producción de contenidos en el marco del Sistema de Comunicación sobre Manejo del Fuego no es una tarea exclusivamente técnica, sino también una práctica de cuidado. Cada mensaje que se difunde puede contribuir a prevenir riesgos, orientar decisiones y fortalecer el compromiso colectivo.

Comunicar de manera clara, responsable y coherente es una herramienta fundamental para construir una cultura preventiva, donde el conocimiento, la acción y la participación se integran en una estrategia común de protección del territorio.

Anexo 3: Estructura de voceros institucionales

Estructura de voceros institucionales

Sistema de Comunicación sobre Manejo del Fuego – Provincia de Tierra del Fuego A.I.A.S

1. Objetivo de la estructura de vocerías

La presente estructura tiene como objetivo organizar la comunicación institucional del Sistema de Manejo del Fuego, definiendo roles, niveles de intervención y criterios de participación de los distintos voceros, con el fin de:

- Garantizar coherencia y claridad en los mensajes
- Fortalecer la credibilidad institucional
- Evitar superposición o contradicción de discursos
- Asegurar una respuesta adecuada según el nivel de situación (preventiva o de crisis)

La vocería se concibe como un componente estratégico del sistema comunicacional, donde cada actor cumple un rol específico en función de su nivel de responsabilidad, expertise y contexto de intervención.

2. Principios generales de vocería

Toda comunicación institucional deberá regirse por los siguientes principios:

- **Claridad:** mensajes simples, directos y comprensibles
- **Coherencia:** alineación con los mensajes clave del sistema
- **Oportunidad:** intervención en el momento adecuado
- **Credibilidad:** uso de fuentes oficiales y datos verificables
- **Responsabilidad:** evitar especulación, información no confirmada o alarmismo

3. Niveles de vocería

La estructura se organiza en tres niveles jerárquicos, definidos según el tipo de mensaje, el contexto y el nivel de criticidad.

Nivel	Estratégico – conducción política	Político-técnico – conducción operativa	Técnico-operativo – vocería principal del sistema	Territorial-operativo – vocería de proximidad
Vocero	Gobernador de la Provincia	Ministro/a de Producción y Ambiente	Subsecretario/a Provincial de Manejo del Fuego	Brigadistas / Representantes de Protección Civil / Equipos técnicos en territorio
Rol principal	Representación institucional de máximo nivel en situaciones de alta criticidad o definición política.	Articulación entre la dimensión política y la operativa del sistema.	Vocero principal del sistema en la comunicación cotidiana, preventiva y de campaña.	Aportar cercanía, experiencia directa y legitimidad operativa.
Ámbitos de intervención	• Emergencias de gran escala • Situaciones con impacto provincial o nacional • Anuncios de medidas extraordinarias • Cierre o balance de eventos críticos	• Comunicación de políticas públicas • Presentación de planes, campañas o medidas • Actualización de situación en escenarios de riesgo o crisis • Coordinación interinstitucional	• Campañas de prevención • Comunicación de riesgo (niveles de peligrosidad, recomendaciones) • Explicación de normativa • Información técnica accesible • Participación en medios y redes	• Contenidos educativos y de sensibilización • Testimonios y experiencias en territorio • Recomendaciones prácticas • Participación en campañas
Características de la comunicación	• Mensajes institucionales de alto nivel • Enfoque en tranquilidad, control y conducción • Refuerzo de la presencia del Estado	• Equilibrio entre lo institucional y lo técnico • Capacidad de traducción de información compleja • Enfoque en gestión y toma de decisiones	• Lenguaje claro y cercano • Fuerte orientación a la acción • Capacidad pedagógica • Presencia sostenida en medios y canales digitales	• Lenguaje cotidiano y directo • Enfoque práctico • Alta capacidad de identificación con la ciudadanía
Criterio clave	El Gobernador no interviene en comunicación cotidiana ni de campaña , sino exclusivamente en	Es el vocero principal en contextos de gestión activa y seguimiento de situaciones ,	Es la cara visible del sistema en la comunicación diaria ,	No comunican decisiones políticas, sino experiencia, prevención y

	momentos estratégicos o de crisis.	especialmente cuando requieren respaldo político.	especialmente en etapas preventivas.	acción en territorio.
--	------------------------------------	---	--------------------------------------	------------------------------

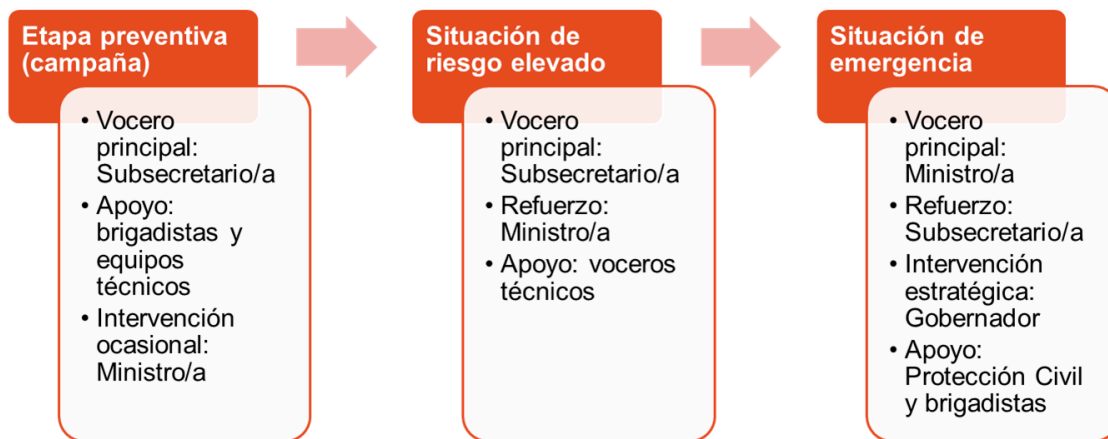
4. Articulación entre niveles

La efectividad del sistema depende de la correcta coordinación entre los distintos niveles de vocería.

Se establecen los siguientes criterios:

- Los mensajes deben estar alineados con la estrategia general
- Cada vocero debe intervenir dentro de su rol específico
- En situaciones de crisis, la vocería debe escalar de manera ordenada
- Se debe evitar la superposición de voceros en un mismo nivel de mensaje

5. Vocería según tipo de situación



6. Recomendaciones operativas para voceros

- ✓ Preparar mensajes clave antes de cada intervención
- ✓ Evitar improvisación en contextos sensibles
- ✓ No brindar información no confirmada
- ✓ Priorizar claridad por sobre tecnicismo
- ✓ Reforzar siempre llamados a la acción (ej: 103 / 911)

7. ¿Para qué sirve?

La estructura de voceros permite ordenar la comunicación institucional del sistema, asignando roles claros y diferenciados según el nivel de intervención. Esta organización contribuye a fortalecer la credibilidad, mejorar la comprensión de los mensajes y asegurar una comunicación eficaz tanto en contextos preventivos como en situaciones de crisis.

Anexo 4: Protocolo de Comunicación de Riesgo y Crisis

Protocolo de Comunicación de Riesgo y Crisis

Sistema de Comunicación sobre Manejo del Fuego – Provincia de Tierra del Fuego A.I.A.S

1. Introducción: el rol de la comunicación en la gestión del riesgo

En situaciones de incendios forestales, la comunicación constituye un componente central de la gestión del riesgo. La forma en que se informa, el momento en que se hace y la claridad de los mensajes influyen directamente en la percepción social del riesgo, en las decisiones de la población y en el desarrollo de los operativos en territorio.

El presente protocolo establece un marco operativo para ordenar la comunicación institucional en contextos de riesgo y emergencia, definiendo procedimientos, responsabilidades y criterios de actuación. Su objetivo es garantizar una comunicación clara, oportuna, coherente y orientada a la acción, que contribuya a la seguridad de la población y al funcionamiento eficaz del sistema de manejo del fuego.

2. ¿Qué implica comunicar en una crisis?

La comunicación en contextos de incendios debe entenderse como una herramienta de intervención activa. No se limita a informar, sino que cumple tres funciones principales:

- **Informar** qué está ocurriendo
- **Orientar** a la población sobre qué hacer
- **Acompañar** reduciendo incertidumbre y evitando pánico

En este sentido, el protocolo se basa en tres principios rectores:

- **Anticipación:** comunicar antes de que el riesgo se materialice
- **Coordinación:** asegurar coherencia entre actores institucionales
- **Responsabilidad:** priorizar la información útil por sobre la exposición mediática

3. Organización institucional: Comité de Crisis Comunicacional

Para garantizar una respuesta coordinada y eficaz, se establece la conformación de un **Comité de Crisis Comunicacional**, que actúa como espacio de articulación entre las áreas técnicas, operativas y de comunicación.

3.1. Objetivo

El Comité tiene como finalidad:

- Centralizar la validación de la información
- Definir los mensajes institucionales
- Coordinar la intervención de voceros
- Asegurar coherencia en todos los canales
- Acompañar la gestión operativa con una estrategia comunicacional adecuada

3.2. Integración

El Comité estará conformado por representantes de:

- Subsecretaría Provincial de Manejo del Fuego
- Ministerio de Producción y Ambiente
- Protección Civil
- Secretaría de Comunicación y Prensa

Podrán incorporarse otros organismos según la magnitud de la situación.

3.3. Roles

El funcionamiento del Comité se organiza en tres funciones principales:

Coordinación general

- Convoca al Comité
- Define prioridades
- Articula con autoridades políticas

Validación técnica

- Provee información actualizada
- Confirma datos
- Define niveles de riesgo

Ejecución comunicacional

- Redacta mensajes
- Define canales y formatos

- Coordina publicaciones y medios

3.4. Funcionamiento

El Comité se activa ante:

- Situaciones de riesgo elevado
- Detección de focos activos
- Emergencias en desarrollo

Opera mediante:

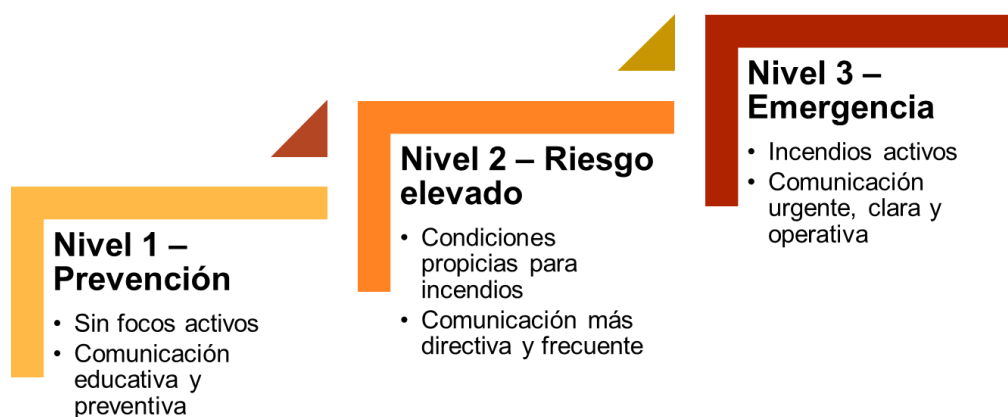
- Reuniones breves y frecuentes
- Validación continua de información
- Coordinación directa con voceros

3.5. Principio de centralización

Durante la emergencia, toda comunicación institucional deberá alinearse con los lineamientos definidos por el Comité, evitando mensajes no coordinados y garantizando coherencia entre organismos.

4. Niveles de situación y criterios de comunicación

Se establecen tres niveles operativos:



5. Secuencia operativa: cómo actuar paso a paso

Paso 1: Identificar el nivel de situación

Lo primero es reconocer en qué escenario estamos. Esto define el tipo de mensaje, la urgencia y los voceros.

Se establecen tres niveles operativos:

- **Prevención:** no hay focos activos, pero el riesgo puede variar
- **Riesgo elevado:** condiciones propicias para incendios
- **Emergencia:** hay uno o más incendios activos

Esta identificación debe ser rápida y consensuada entre las áreas técnicas.

Paso 2: Activar el Comité de Crisis

Una vez identificado el nivel, se debe activar el circuito de comunicación institucional.

Esto implica:

- Confirmar la información con fuentes técnicas
- Definir la estrategia de acuerdo a roles y vocerías
- Establecer los canales a utilizar
- Acordar los mensajes clave

En esta instancia, es clave evitar la difusión de información no validada.

Paso 3: Definir el mensaje inicial

El primer mensaje es fundamental. Debe ser:

- Claro
- Breve
- Confirmado
- Orientado a la acción

Debe responder, como mínimo, a estas preguntas:

- ¿Qué está pasando?
- ¿Dónde? (si corresponde)
- ¿Qué debe hacer la población?
- ¿Dónde informarse o a quién contactar?

Ejemplo:

“Se registra un foco de incendio en [zona]. Equipos están trabajando en el lugar. Evitá circular por el área y seguí información oficial. Ante humo o fuego, llamá al 103 o 911.”

Paso 4: Seleccionar vocero y canal

Según el nivel de situación:

- **Prevención:** Subsecretario/a
- **Riesgo elevado:** Subsecretario/a + refuerzo del Ministro/a
- **Emergencia:** Ministro/a (principal) + Subsecretario/a + posible intervención del Gobernador

Los canales se definen en función de la urgencia:

- Redes sociales (inmediato)
- Medios de comunicación
- Sitio web

Es clave que el mensaje sea el mismo en todos los canales.

Paso 5: Publicar y actualizar

Una vez emitido el mensaje inicial, la comunicación debe sostenerse en el tiempo.

Se recomienda:

- Actualizar la información periódicamente
- Aclarar cuando no hay cambios (“sin novedades”)
- Evitar silencios prolongados

El vacío de información suele ser ocupado por rumores.

Paso 6: Monitorear y corregir

Durante toda la situación, se debe monitorear:

- Redes sociales
- Medios
- Comentarios de la ciudadanía

Si circula información incorrecta:

- Detectarla rápidamente

- Responder con información oficial
- Evitar confrontaciones

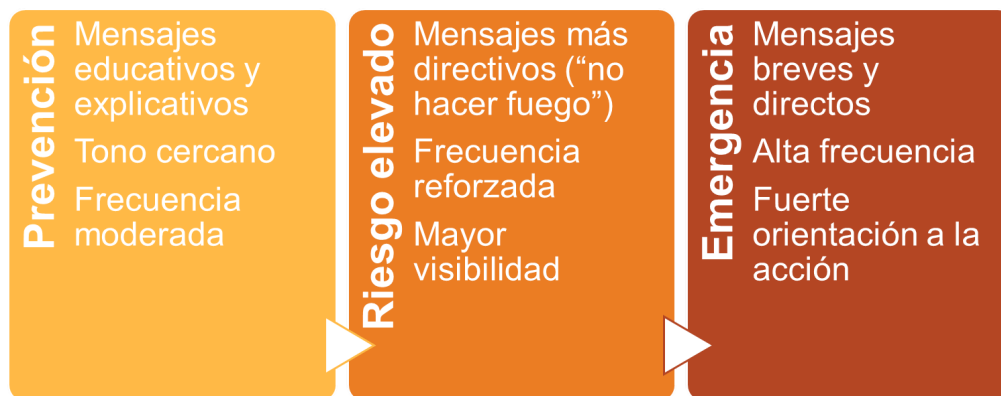
Paso 7: Cierre y evaluación

Una vez finalizada la situación:

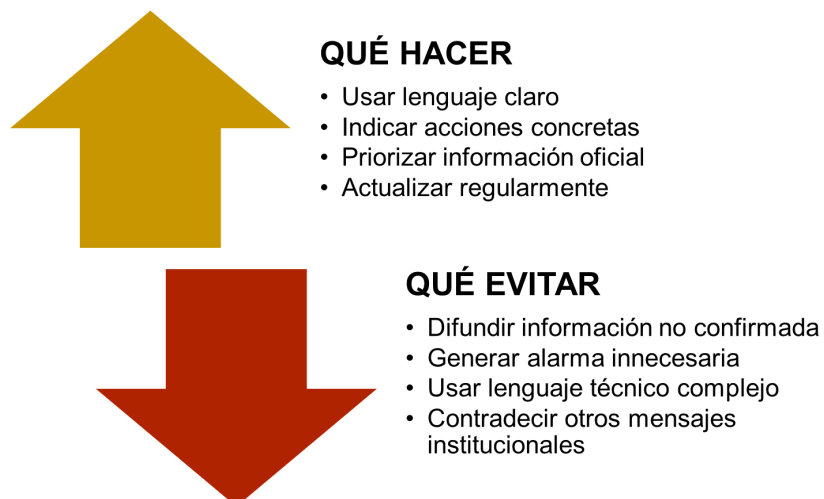
- Comunicar el cierre o control del incendio
- Agradecer la colaboración ciudadana
- Evaluar el desempeño comunicacional

Esto permite mejorar el sistema a futuro.

6. Cómo comunicar en cada nivel



7. Qué hacer y qué evitar



8. Comunicación responsable en crisis

En contextos de incendios, comunicar también implica cuidar cómo se construyen los mensajes. En línea con recomendaciones de especialistas como Sofía Nemen, se recomienda:

- Evitar el catastrofismo
- No amplificar rumores
- Comunicar con propósito
- Considerar el impacto emocional de los mensajes

Este protocolo permite ordenar la comunicación en situaciones críticas, brindando una guía clara para actuar con rapidez, coherencia y responsabilidad. Su correcta aplicación no solo mejora la calidad de la información, sino que contribuye directamente a la seguridad de la población y a la eficacia de los operativos.

Anexo 5: Resultados tabulados - Encuesta de percepción sobre manejo del fuego (previa a ejecución de campaña)

A. Datos sociodemográficos

Variable	Categoría	%	Casos
Edad	15–24	18%	22
	25–34	22%	27
	35–44	20%	25
	45–54	16%	20
	55–64	14%	17
	65+	10%	12
Género	Femenino	52%	64
	Masculino	45%	55
	No binario / otro	2%	2
	Prefiere no responder	1%	2
Localidad	Ushuaia	40%	49
	Río Grande	38%	47
	Tolhuin	12%	15
	Zona rural	6%	7
	Otra	4%	5
Zona	Urbana	88%	108
	Rural	12%	15

B. Conocimiento

Pregunta	Respuesta	%	Casos
Relevancia de incendios	Muy relevante	62%	76
	Bastante	28%	34

	Poco	7%	9
	Nada	3%	4
Conoce causas	Sí	58%	71
	No	42%	52
Origen de incendios	Actividades humanas	51%	63
	Fenómenos naturales	28%	34
	No sabe	21%	26
Conoce medidas prevención	Sí	64%	79
	No	36%	44
Conoce organismo	Sí	41%	50
	No	59%	73

C. Acceso a la información

Pregunta	Respuesta	%	Casos
Sabe dónde informarse	Sí	46%	57
	No	54%	66

Canales (base: 57)

Canal	%	Casos
Redes sociales institucionales	42%	24
Sitio web oficial	21%	12
Medios	18%	10
Escuela/institución	9%	5
Otro	10%	6

Facilidad de acceso	%	Casos
Muy fácil	14%	17
Fácil	36%	44
Difícil	32%	39
Muy difícil	18%	23

D. Creencias y percepciones

Afirmación	Respuesta	%	Casos
Uso irresponsable causa incendios	Muy de acuerdo	55%	68
	De acuerdo	33%	41
	En desacuerdo	8%	10
	Muy en desacuerdo	4%	4
Prevención responsabilidad de todos	Muy de acuerdo	61%	75
	De acuerdo	29%	36
	En desacuerdo	6%	7
	Muy en desacuerdo	4%	5
Se siente informado	Mucho	12%	15
	Bastante	34%	42
	Poco	38%	47
	Nada	16%	19

E. Comportamientos

Acción (últimos 12 meses)	%	Casos
Encendió fuego	29%	36
Apagó fogones correctamente	48%	59

Denunció riesgos	14%	17
Ninguna	34%	42

Reacción ante conducta de riesgo	%	Casos
Advertir	41%	50
Avisar autoridad	32%	39
Nada	12%	15
No sabe	15%	19

Disposición a cambiar hábitos	%	Casos
Sí	63%	77
Tal vez	27%	33
No	10%	13

F. Reconocimiento y recordación

Recuerda campañas	%	Casos
Sí	38%	47
No	62%	76

Canales (base: 47)

Canal	%	Casos
Redes sociales	45%	21
Radio	21%	10
Vía pública	17%	8
Web oficial	9%	4
Otro	8%	4

Recuerda slogan	%	Casos
Sí	19%	23
No	81%	100

G. Pregunta abierta (síntesis de tendencias)

Principales menciones:

- Más campañas de concientización e información permanente (29%)
- Mayor control y sanciones para quienes incumplen las normas (24%)
- Más difusión en redes sociales, medios y canales oficiales (18%)
- Educación ambiental desde la escuela (16%)
- Mayor responsabilidad y compromiso ciudadano (13%)

Resultados tabulados - Encuesta de percepción sobre manejo del fuego (posterior a la ejecución de campaña)

A. Datos sociodemográficos

Variable	Categoría	%	Casos
Edad	15–24	20%	74
	25–34	25%	93
	35–44	21%	78
	45–54	15%	56
	55–64	11%	41
	65+	8%	30
Género	Femenino	53%	197
	Masculino	44%	164
	No binario / otro	2%	7
	Prefiere no responder	1%	4

Localidad	Ushuaia	42%	156
	Río Grande	38%	141
	Tolhuin	12%	45
	Zona rural	4%	15
	Otra	4%	15
Zona	Urbana	90%	335
	Rural	10%	37

B. Conocimiento

Pregunta	Respuesta	%	Casos
Relevancia de incendios	Muy relevante	70%	260
	Bastante	24%	89
	Poco	5%	19
	Nada	1%	4
Conoce causas	Sí	82%	305
	No	18%	67
Origen de incendios	Actividades humanas	68%	253
	Fenómenos naturales	19%	71
	No sabe	13%	48
Conoce medidas prevención	Sí	86%	320
	No	14%	52
Conoce organismo	Sí	74%	275
	No	26%	97

C. Acceso a la información

Pregunta	Respuesta	%	Casos
Sabe dónde informarse	Sí	78%	290
	No	22%	82

Canales (base: 290)

Canal	%	Casos
Redes sociales institucionales	57%	165
Sitio web oficial	18%	52
Medios	12%	35
Escuela/institución	6%	17
Otro	7%	21

Facilidad de acceso	%	Casos
Muy fácil	26%	97
Fácil	46%	171
Difícil	21%	78
Muy difícil	7%	26

D. Creencias y percepciones

Afirmación	Respuesta	%	Casos
Uso irresponsable causa incendios	Muy de acuerdo	68%	253
	De acuerdo	24%	89
	En desacuerdo	6%	22
	Muy en desacuerdo	2%	8
Prevención responsabilidad de todos	Muy de acuerdo	74%	275

	De acuerdo	20%	74
	En desacuerdo	4%	15
	Muy en desacuerdo	2%	8
Se siente informado	Mucho	29%	108
	Bastante	43%	160
	Poco	22%	82
	Nada	6%	22

E. Comportamientos

Acción (últimos 12 meses)*	%	Casos
Encendió fuego	22%	82
Apagó fogones correctamente	68%	253
Denunció riesgos	18%	67
Ninguna	31%	115

**Pregunta de respuesta múltiple.*

Reacción ante conducta de riesgo	%	Casos
Advertir	39%	145
Avisar autoridad	46%	171
Nada	5%	19
No sabe	10%	37

Disposición a cambiar hábitos	%	Casos
Sí	82%	305
Tal vez	14%	52
No	4%	15

F. Reconocimiento y recordación

Recuerda campañas	%	Casos
Sí	53%	197
No	47%	175

Canales (base: 197)

Canal	%	Casos
Redes sociales	61%	120
Radio	11%	22
Vía pública	6%	12
Web oficial	12%	24
Otro	10%	19

Recuerda slogan	%	Casos
Sí	64%	126
No	36%	71

Slogan recordado	%	Casos
Naturaleza sin incendios	72%	90
Naturaleza sin fuego	17%	21
Otras menciones parciales	11%	15

G. Pregunta abierta (síntesis de tendencias)

Principales menciones:

- Más campañas de concientización e información permanente (29%)

- Mayor control y sanciones para quienes incumplen las normas (24%)
- Más difusión en redes sociales, medios y canales oficiales (18%)
- Educación ambiental desde la escuela (16%)
- Mayor responsabilidad y compromiso ciudadano (13%)