

**bitácora  
de contenidos  
2020**



# cuidarte es cuidarnos

comunicación en el  
marco de la pandemia



**Argentina** Presidencia

**bitácora  
de contenidos**

**cuidarte  
es cuidarnos**



TEENCASA

70





**bitácora  
de contenidos**



Presidente de la Nación  
**Dr. Alberto Fernández**

Vicepresidenta de la Nación  
**Dra. Cristina Fernández de Kirchner**

Jefe de Gabinete  
**Lic. Santiago Cafiero**

Secretario de Medios  
y Comunicación Pública  
**Sr. Juan Francisco Meritello**

Subsecretaria de Comunicación  
y Contenidos de Difusión  
**Lic. Victoria Banegas**



“Entendamos de una vez y para siempre que tenemos que construir una comunidad que nos contenga a todos y a todas, y que además la solidaridad debe ser la regla que nos vincule, porque aquí nadie se salva solo.”

**Dr. Alberto Fernández**  
Presidente de la Nación



“Aprobamos leyes a favor de los argentinos y las argentinas, para ampliar derechos, hacerle frente a la pandemia, cuidar la economía, fortalecer el federalismo y defender nuestra soberanía”.

**Dra. Cristina Fernández de Kirchner**  
Vicepresidenta de la Nación



“Las herramientas del cuidado siempre estuvieron al frente de nuestro gobierno. Nosotros decidimos que desde la ética del cuidado y la ética de la solidaridad íbamos a avanzar en garantizar la salud y la integridad de todas nuestras familias. El Estado hizo un esfuerzo inédito en poco tiempo para garantizar el cuidado de cada argentino y cada argentina”.

**Lic. Santiago Cafiero**  
Jefe de Gabinete

# índice

¿Por qué una Bitácora de Contenidos?	9
La pandemia del nuevo coronavirus: un Estado presente	10
Comunicar en un contexto de emergencia	10
Funciones de la comunicación	11
Las fuentes oficiales de información	12
Argentina Unida	13
Estrategia digital de las redes de Argentina Unida	14
Línea de tiempo	20
Síntomas y cuidados	22
Comunicación gubernamental de las medidas de Aislamiento y Distanciamiento Social	34
Anuncio 19 de marzo	37
Fuentes oficiales de información	44
Respetá el ASPO	45
Instructivos	46
Certificado Único Habilitante para Circulación	47
Recomendaciones para los días de aislamiento	48
Achatar la curva	49
IFE	50
Línea 134	54
Aislados, más unidos que nunca	55
Unidos	56
ATP	58
Línea 144	62
Medicamentos gratis	66
Gracias	67
Barbijos caseros	68

Adultos mayores	72
Anuncio 04 de junio	73
Toca No Toca / Reapertura progresiva	80
Hospitales Modulares	82
Anuncio 26 de junio	83
Camas	84
App CUIDAR	85
Terapia Intensiva	86
Prueba 2 metros	87
TICs Servicios Esenciales	88
17 de agosto	90
Anuncio 28 de agosto	91
Puertas	92
45 millones - Levantarnos	93
Detectar y Detectar Federal	94
No sabía	96
Donación de Plasma	98
Grooming	99
Reconstrucción Argentina	100
Soga. Tirando todos para el mismo lado	104
Anuncio 27 de noviembre	108
Plan Básico Universal	109
Cuidanía	116
Este verano disfrutá y cuidate	118
Vacunas	120
Créditos	125





## **¿Por qué una Bitácora de Contenidos?**

La comunicación es un derecho indispensable para el ejercicio pleno de la ciudadanía, un servicio que debe ser resguardado desde el Estado y un hecho cultural que atraviesa nuestra vida en comunidad. Concientiza, fortalece la gestión, inspira, promueve valores, difunde nuevos servicios, acompaña políticas públicas y dinamiza la economía.

En el marco de la gestión pública, resulta fundamental generar espacios de registro en los que puedan visualizarse los procesos y las decisiones de la comunicación gubernamental desde un abordaje integral y situado de las políticas de gobierno.

La documentación de los procesos permite visibilizar los ejes transversales de gobierno que motivan cada acción y fundamentan cada campaña. Por este motivo, entendemos que la creación de una Bitácora de Contenidos contribuye a la difusión de experiencias y reflexiones, al mismo tiempo que habilita el intercambio en torno a la construcción de criterios para la toma de decisiones comunicacionales.

## **La pandemia del nuevo coronavirus: un Estado presente**

El 11 de marzo de 2020, con 118.465 casos confirmados y 4.295 personas fallecidas, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el brote del nuevo coronavirus como una pandemia. Ante el contexto de crisis sanitaria, social y económica que se desató a nivel global, el Gobierno Nacional reorientó todas las capacidades estatales para contener el contagio, ampliar la capacidad de respuesta del sistema de salud y salvar vidas.

A partir del estudio de las experiencias mundiales y siguiendo las recomendaciones de los expertos, nuestro Gobierno asumió el doble compromiso de cuidar la salud de sus habitantes y de mitigar el impacto económico que la pandemia produce. Para hacerlo, se orientó por una ética del cuidado.

La pandemia demostró que el rol del Estado es imprescindible. Fortalecerlo para garantizar el bienestar de cada argentina y argentino es y seguirá siendo una prioridad.

## **Comunicar en un contexto de emergencia**

En situaciones críticas, la comunicación pública resulta fundamental para brindar información confiable, veraz y accesible. Por ello, el abordaje comunicacional se desarrolló bajo las pautas generales de la comunicación de riesgo, cuyo principal objetivo es permitir que la ciudadanía pueda tomar decisiones para preservarse frente a una amenaza.

Asimismo, desde el equipo de comunicación se fortaleció el espacio de coordinación interministerial que funciona en la Jefatura de Gabinete y se estableció un Plan de Comunicación de la Emergencia. El mismo se propuso mantener alerta a la población para que cumpliera con las pautas sanitarias, construir consenso sobre las medidas adoptadas tanto en materia económica como sanitaria, y marcar un horizonte realista y sensible en relación a la situación.

## Funciones de la comunicación

Para alcanzar los objetivos del Plan de Comunicación de la Emergencia, la emisión del mensaje gubernamental se ordenó de acuerdo a tres principales funciones:

**Función Pedagógica-Preventiva.** Contempla los contenidos destinados a influir en el comportamiento preventivo de las personas y utiliza un lenguaje didáctico, claro y directo, sin metáforas. Comprende lo referido a los consejos de higiene y distanciamiento social, las regulaciones sobre el aislamiento, el acceso a nuevos servicios y derechos, preguntas frecuentes, instructivos y la información sobre los medios de contacto.

**Función Informativa-Inventarial.** Reúne las acciones que está llevando a cabo el Estado para enfrentar la pandemia y su principal objetivo es la rendición de cuentas. El lenguaje utilizado es claro y sintético, el tono informativo. Contiene los reportes de estado de situación y el contexto hospitalario, las medidas de control del aislamiento y las de asistencia económica a sectores sociales y productivos, y el detalle de las obras de infraestructura y servicios públicos.

**Función Motivacional-Emotiva.** Refiere a los mensajes cuyo propósito es fortalecer el consenso en torno a las medidas de gobierno para reforzar su cumplimiento. Apela al sentimiento de comunidad para afianzar los lazos de solidaridad y la concientización sobre el riesgo, a partir de un tono emotivo. Comprende llamados a la acción, la puesta en valor del esfuerzo coordinado y la presentación de un horizonte de superación frente al contexto actual de emergencia sanitaria.



## Las fuentes oficiales de información

La Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud instaron a los Estados y al sistema de Naciones Unidas a elaborar y aplicar planes de acción con el fin de gestionar la infodemia.

En el marco de una pandemia, la difusión de datos erróneos y falsos, así como la sobreabundancia de información, puede perjudicar la salud física y mental de las personas, contribuir a la estigmatización y amenazar tanto los logros conseguidos en materia de salud como el cumplimiento de las medidas preventivas.

Frente a ello, la articulación con el Ministerio de Salud de la Nación y de la Secretaría de Innovación Pública y el trabajo diario de sistematización y jerarquización de la información plasmado en [www.argentina.gob.ar/coronavirus](http://www.argentina.gob.ar/coronavirus) fueron elementos centrales. El sitio ofrece información accesible respecto de síntomas, cuidados, las medidas adoptadas por el Gobierno y la normativa vigente.

En lo que respecta a la información estrictamente sanitaria, el sitio contiene el detalle de la información epidemiológica nacional, las recomendaciones para los equipos de salud, así como el acceso a la sala de situación y a los reportes diarios que presenta el Ministerio de Salud.

De igual modo, en el sitio se reúnen los enlaces, servicios y acciones públicas que el Estado Nacional lleva adelante desde sus distintas áreas de gestión y que resultan de utilidad para la ciudadanía, así como la información referida a los certificados de circulación y el conjunto de protocolos oficiales y autorizados para la vuelta a las actividades económicas, sociales e institucionales.

## información oficial

[www.argentina.gob.ar](http://www.argentina.gob.ar)

 0800 222 1002

## Argentina Unida

Con el objetivo de centralizar y ordenar la información creamos los activos digitales de Argentina Unida. A través de una colaboración articulada y continua con las redes de “Casa Rosada”, así como con el Ministerio de Salud de la Nación y el conjunto de Ministerios Nacionales, los canales de Argentina Unida buscan amplificar y potenciar la comunicación de las acciones y recomendaciones, tanto en relación al contexto sanitario en el marco de la pandemia, como en lo referido a las medidas de gobierno vinculadas a la recuperación y reactivación productiva.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Argentina Unida' (@ArUnidaok), a governmental organization. The page features a blue header with the profile picture (a circle with 'ar' in blue) and the name 'Argentina Unida' with a verified badge. Below the header is a navigation bar with tabs: Inicio, Fotos, Videos, Información, and Más. A blue button 'Enviar mensaje' is visible on the right.

The main content area is divided into sections:

- Información:** Includes official information about COVID-19, 25,692 likes, 31,714 followers, and a link to <https://www.argentina.gob.ar/>. It also has buttons for 'Enviar mensaje' and 'Organización gubernamental'.
- Fotos:** Displays a grid of images related to COVID-19, including a 'Campana de Vacunación contra el Covid-19'.
- Videos:** A section for video content.
- Publicación:** A post from 17 hours ago titled 'Parte diario de vacunación y situación Covid-19 en Argentina.' It includes a link to <http://argentina.gob.ar/vacunacovid> and the hashtag #ArgentinaUnida.
- COVID-19 Statistics:** A section titled 'Situación diaria Jueves 04/03' showing:
  - nuevo coronavirus COVID-19
  - covid-19
  - 1.323.859 Vacunas aplicadas
  - 999.440 1ra. dosis
  - 324.419 2da. dosis

Instagram [ar\\_unida](#)

Facebook [ArUnidaok](#)

Twitter [Ar\\_Unida](#)

YouTube [ar\\_unida](#)

## **Estrategia digital de las redes de Argentina Unida**

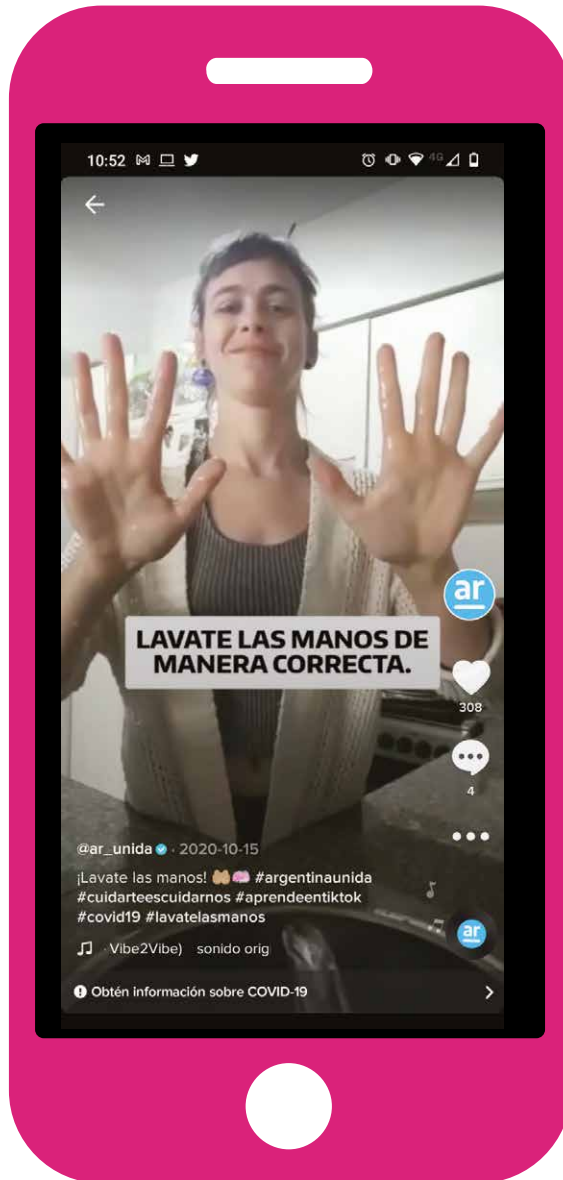
A partir de la creación de los activos digitales de Argentina Unida, configuramos una estrategia de comunicación segmentada según el público de cada red social. Teniendo en cuenta el flujo permanente de interacciones de Twitter, se buscó establecer este canal como la fuente de información oficial de la pandemia en tiempo real. En el caso de la cuenta de Facebook, apuntamos a un público más amplio y, por lo tanto, las campañas se imprimieron con un tono informativo-pedagógico. Para la comunicación en Instagram, en cambio, desarrollamos una estrategia de impacto a través de fotos y videos. Incorporamos testimonios de personas en situaciones reales y utilizamos un código cercano, acorde a un público joven.

Por su parte, el canal de YouTube de Argentina Unida aloja todos los contenidos audiovisuales vinculados a la pandemia. Para facilitar la consulta del material, la información se encuentra organizada en listas de reproducción según su función comunicativa (informativa, pedagógica, motivacional) o el eje temático al que pertenecen.

## **La experiencia Tik-Tok**

Con el avance de la pandemia del COVID-19 la red social TikTok se convirtió en el canal de entretenimiento e información más utilizada por el público joven de todo el mundo y de nuestro país en particular.

Para impactar en una audiencia que presentaba el principal desafío de las emisiones oficiales nació Argentina Unida en TikTok. A través de contenidos descontracturados y una estética dinámica se comunicaron las recomendaciones sanitarias y las distintas medidas preventivas.







**bitácora  
de contenidos**

# cuidarte es cuidarnos

Desde que la Organización Mundial de la Salud declaró al nuevo coronavirus como una pandemia, todo cambió para el mundo y para nuestro país. La forma de relacionarnos, de comunicarnos, de estar cerca. Nuestra forma de vivir.

Expuestos a esta nueva realidad tuvimos que incorporar hábitos y formas de cuidarnos para evitar el contagio. Pero principalmente aprendimos que ante eventos de esta magnitud nadie se salva solo.

Aprendimos que el cuidado individual también es para proteger al otro. Y que entre todas y todos nos cuidamos mejor. Aprendimos, fundamentalmente, que cuidarte es cuidarnos.



nuevo  
coronavirus  
COVID-19

argentina.gob.ar

cuidarte  
es cuidarnos

Argentina unida



Argentina  
Presidencia

Ministerio  
de Salud

+info 120



quedate en casa

# Línea de tiempo

Comunicación  
en el marco  
de la pandemia

● Anuncios

**ASPO**  
Aislamiento  
Social,  
Preventivo  
y Obligatorio

IFE



ATP



Línea 144



Detectar



seguí cuidándote

El Área  
Metropolitana  
de Buenos Aires  
vuelve al  
**ASPO**

Hospitales modulares



**DISPO**  
Distanciamiento  
Social, Preventivo  
y Obligatorio  
en algunas  
regiones del país.

App Cuidar



Puertas



Se habilitan  
reuniones  
sociales  
al aire libre

No sabía



Reconstrucción  
argentina

Todo el territorio  
nacional pasa a  
**DISPO**

cuidanía

Cuidanía



2020  
marzo

19

23

31

abril

18

21

25

mayo  
5



**Respetá el ASPO**  
Aislamiento  
Social, Preventivo  
y Obligatorio



**Medicamentos  
gratis**



**Gracias**



**Aislados,  
más unidos que nunca**

junio

4

12

25

26

julio

13

27

agosto



**Toca,  
no toca**



**Terapia intensiva**



**45 millones -  
Levantarnos**

28

septiembre

21

octubre

noviembre

27



**Soga -  
Tirando todos  
para el mismo lado**

diciembre

2021  
enero



**Vacunas**

# Síntomas y cuidados

En el contexto de la emergencia sanitaria ocasionada por el nuevo coronavirus, asumimos el compromiso de brindar información accesible, clara y veraz. Siguiendo las recomendaciones tanto de la Organización Mundial de la Salud como de las autoridades sanitarias locales, alertamos sobre los síntomas de la enfermedad y las recomendaciones para prevenir el contagio.



## soportes

tv • radio • gráfica • vía pública  
redes sociales • banners digitales  
folletos de mano • afiches

gráfica afiche ►

bitácora de contenidos

eva aplicación  
á tu tren



dor esencial con permiso  
mbién, llevar tu DNI y tu SUBE.

ENES  
RGENTINOS

nuevo

# Coronavirus COVID-19

## saber para prevenir

Produce una enfermedad respiratoria que solo en algunos casos puede complicarse (principalmente en personas mayores). Se transmite por vía respiratoria cuando el contacto es estrecho o por contacto con superficies contaminadas.

### cuidados



Lavarse las  
manos con jabón  
regularmente.



Estornudar  
en el pliegue  
del codo.



No llevarse las  
manos a los ojos,  
nariz ni boca.



Ventilar  
los ambientes.



Limpiar los  
objetos que se  
usan con frecuencia.



No compartir platos,  
vasos u otros artículos  
de uso personal.

### síntomas



fiebre  
y tos



fiebre y dolor  
de garganta



fiebre y dificultad  
para respirar

Si tenés alguno de estos  
síntomas y estuviste en algún  
país de circulación del virus  
o en contacto con algún  
caso confirmado  
**no te automediques  
y consultá al sistema  
de salud preferentemente  
por vía telefónica.**

Argentina **unida**



Ministerio de Salud  
Argentina

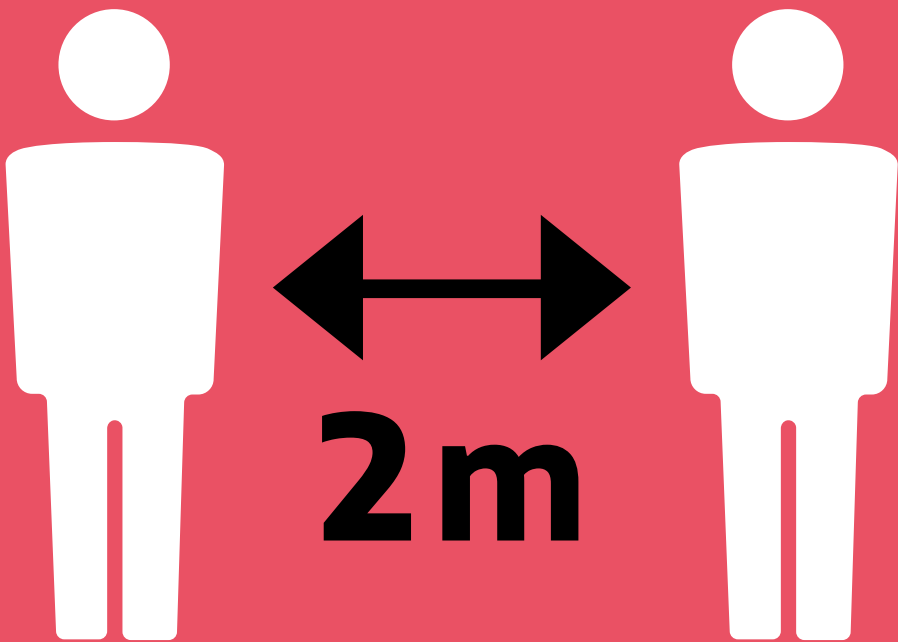
+info  
[argentina.gob.ar/salud](https://argentina.gob.ar/salud)  
0800 222 1002



**usá  
barbijo  
siempre**



**2 metros  
de distancia  
siempre**



### **Primera pieza**

En este marco, la primera pieza comunicacional desarrollada enumeraba las acciones de cuidado y atención para aquellas personas que viajaran con destino a China y para las provenientes de aquel país. Una vez decretado el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), el mensaje se hizo extensivo a toda la población.



**Si vas o venís  
de China,  
tomá precauciones**

salud

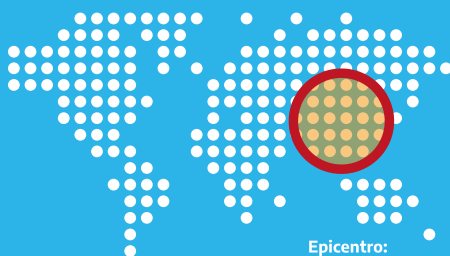
Argentina unida



# Coronavirus

## 2019-nCov

Es un nuevo virus que puede producir una enfermedad respiratoria grave.



Epicentro:  
ciudad china  
de Wuhan



**Si vas a China**  
tomá precauciones

- Lavate las manos frecuentemente.
- No consumas alimentos crudos de origen animal (leche, carnes y vísceras).
- Evitá asistir a mercados con presencia de animales.
- Cubrite la nariz y la boca con el pliegue del codo al toser o estornudar.



**Si volvés de China**

y tenés fiebre con tos, goteo nasal, dolor de garganta y dificultad para respirar consultá al médico.

+ info  
[www.  
argentina.  
gob.ar](http://www.argentina.gob.ar)



Ministerio de Salud  
Argentina



**0800 222 1002**  
opción 1

### Evolución de los síntomas

En una epidemia, la información y la evidencia científica disponible cambia constantemente. En este marco dinámico tanto las piezas como las campañas desarrolladas fueron acompañando la actualización de los datos sanitarios.

Al conjunto inicial de síntomas que consistía en presentar fiebre más alguno de los tres siguientes: tos, dolor de garganta y dificultad para respirar, se sumó la pérdida de gusto y el olfato como posibles indicadores de la enfermedad. En una tercera instancia, se agregó la cefalea y la diarrea, y en la última etapa, el dolor muscular. También se reformularon las sugerencias de cuidados a medida que se ampliaron los permisos de circulación.





01  
gráfica  
mediapágina

02  
gráfica  
afiche 4 síntomas

03  
gráfica  
afiche 5 síntomas

04  
gráfica  
afiche 7 síntomas

05  
gráfica  
afiche 8 síntomas

29

# Coronavirus

nuevo COVID-19

## saber para prevenir

Argentina unida

### cuidados



No llevarse  
las manos a los  
ojos y la nariz.



Estornudar  
en el pliegue  
del codo.



Lavar las  
manos con jabón  
regularmente.



Ventilar  
los ambientes.



Desinfectar los  
objetos que se  
usan con frecuencia.

### síntomas



fiebre  
y tos



fiebre  
y dolor de  
garganta



fiebre  
y dificultad  
para respirar



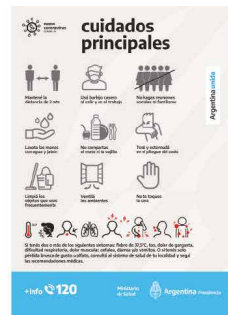
Si tenés alguno de estos síntomas y  
estuviste en algún país con casos confirmados  
**no te automediques y consultá  
inmediatamente al sistema de salud.**

+info  
[argentina.gob.ar/salud/coronavirus](http://argentina.gob.ar/salud/coronavirus) 0800 222 1002

Ministerio  
de Salud

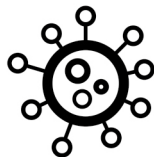


Argentina Presidencia



## **Cuidados ilustrados**

Para promover las recomendaciones sanitarias frente al nuevo coronavirus, los principales artistas gráficos de nuestro país pusieron a sus personajes más entrañables al servicio del cuidado de la salud de las argentinas y los argentinos. La acción contó con las ilustraciones de Quino, Meiji, Lunik, Daniel Paz, Maitena, Altuna, Sendra, Langer, Isol, REP, Daniel Santoro y Olivetti.



nuevo  
coronavirus  
COVID-19

Argentina **unida**



ante un  
problema global  
**cuidarte**  
**es cuidarnos**

**1** lavate las manos  
con jabón  
frecuentemente



Argentina **unida**

**3** estornudá y tosé  
en el pliegue  
del codo



Argentina **unida**

**7** si tenés que salir,  
usá barbijo casero y  
mantené la distancia  
entre personas



Argentina **unida**

**9** si tenés fiebre con tos,  
con dolor de garganta  
o dificultad para respirar,  
consultá telefónicamente  
al sistema de salud



Argentina **unida**



info  
oficial

 Ar\_Unida  
 Ar\_Unida  
 ArUnidaok  
 ar\_unida

**si tenés síntomas  
llamá al ☎120  
en todo el país**



**Argentina** Presidencia

**argentina.gob.ar**

## Comunicación gubernamental de las medidas de Aislamiento y Distanciamiento Social

**23-04-2020.** Alberto Fernández con el comité de expertas y expertos, representantes del sistema médico y científico y autoridades sanitarias nacionales.





A partir de la llegada de los primeros casos del nuevo coronavirus a la Argentina, el Presidente de la Nación convocó a expertos médicos y científicos para evaluar, conjuntamente con las autoridades sanitarias, la situación epidemiológica y poder diagramar una estrategia de prevención que permitiera contener la propagación de la enfermedad.

Desde el primer anuncio vinculado a la necesidad de dar comienzo a una etapa de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, el 19 de marzo, la dinámica adoptada para la toma de decisiones y la comunicación de las mismas, contó con determinados elementos fundamentales.

En primer lugar, la consulta efectuada a los expertos y las expertas en la materia, habilitó el análisis de la situación epidemiológica global, las tendencias que describen las variables -especialmente la mirada dinámica de la pandemia a partir de la evolución de casos y fallecimientos- y el tipo de transmisión en cada etapa.

**27-08-2020.** Alberto Fernández en videoconferencia con las y los gobernadores, previo al anuncio de extensión de los esquemas de Aislamiento y Distanciamiento Social.



Asimismo, el diálogo sostenido con los Gobernadores y las Gobernadoras de las provincias y con el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, resultó indispensable para evaluar los indicadores epidemiológicos de todas las zonas del país, contemplando no solo la cantidad de casos sino la respuesta del sistema sanitario para la búsqueda de contactos estrechos, la capacidad diagnóstica y ocupación de las camas de terapia intensiva, entre otros aspectos relevante.

La diversidad geográfica, socio-económica, cultural y demográfica, obliga al Estado Nacional a adoptar decisiones en función de cada realidad, por lo que la perspectiva federal en la definición de las estrategias es fundamental.

Luego de reuniones e intercambios con los especialistas y las autoridades políticas, y teniendo en cuenta el diálogo con referentes de salud e infancia, representantes del sector productivo, organización sociales y otros sectores de la sociedad, el Presidente de la Nación comunica el conjunto de definiciones consensuadas y los esquemas normativos para la prevención del Covid-19.

En los anuncios de definición, prórroga o modificación de la normativa, con la presencia de autoridades políticas y/o médicas y de forma presencial y/o virtual, según las circunstancias, el Presidente procede a fundamentar de forma detallada, a través de presentaciones con indicadores, estadísticas e información comparada a nivel global y regional, la situación epidemiológica que atraviesa el país y que motiva las decisiones de gobierno.



**31-07-2020.** Alberto Fernández en el anuncio de extensión del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio y del Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio.



DNU 297/2020

## Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO)

Luego que la Organización Mundial de la Salud declarara el brote del nuevo coronavirus como una pandemia y de la detección de los primeros casos en la Argentina, se dispone el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio en todo el territorio nacional. De este modo, y con el objetivo de proteger la salud de las argentinas y los argentinos, se cierran las fronteras y se prohíben las reuniones sociales quedando restringida la circulación a actividades esenciales y casos excepcionales.

El Presidente Alberto Fernández junto al Gobernador de la Provincia de Santa Fe, Omar Perotti, el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof, y el Gobernador de la Provincia de Jujuy, Gerardo Morales.





**quedate  
en casa**

**quedate en casa**

Frente a los primeros casos positivos registrados en territorio argentino y teniendo en cuenta que las únicas medidas que se mostraron efectivas en el mundo para prevenir el contagio fueron las orientadas a restringir la circulación, el Gobierno Nacional dispuso el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO). Para acompañar esta medida, se desplegó la consigna **Quedate en casa**, que articuló la primera etapa de la comunicación gubernamental.

**quedate en casa**

**bitácora de contenidos**



## Fuentes oficiales de información

Una vez decretado el ASPO, el Gobierno Nacional habilitó la Línea 120 para brindar información confiable sobre el COVID-19. La campaña tuvo como objetivo llegar de forma masiva a la población para evitar la difusión de datos falsos. Para ello se desplegó cartelería en la vía pública y se difundió contenido en la web oficial [argentina.gob.ar](http://argentina.gob.ar). También se publicaron anuncios en las redes oficiales **Argentina Unida y Casa Rosada**.



vía pública  
cpm



soportes

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

bitácora de contenidos



# Respetá el ASPO

A partir del anuncio del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, esta campaña buscó reforzar la importancia de permanecer en el hogar como la medida más efectiva para evitar la propagación del virus. La campaña se distribuyó en medios masivos y pretendió ilustrar el compromiso asumido en todo el territorio nacional con las medidas adoptadas para cuidar la salud de la población.



spot  
televisión



soportes

tv • radio  
redes sociales

motivacional

# Instructivos

Para clarificar los alcances del ASPO nos propusimos responder algunas preguntas frecuentes sobre los permisos y las formas de realizar actividades cotidianas como pasear al perro, pedir un delivery, ir a los cajeros automáticos o realizar compras en comercios de cercanía. Para responder cada una de estas inquietudes se diseñaron spots cortos y didácticos con apoyo de iconografía y sobreimpresiones animadas que presentaban las recomendaciones para llevar a cabo cada una de las acciones permitidas.



spot  
televisión



soportes

tv • radio  
redes sociales

bitácora de contenidos

# Certificado Único Habilitante para Circulación

En el marco del ASPO se implementó el Certificado Único Habilitante para Circulación (CUHC) para trabajadoras y trabajadores esenciales. El objetivo de la campaña fue explicar de forma sencilla a través de un instructivo el modo en que cada persona debía cargar sus datos para registrarse y realizar la declaración jurada que le permitiría tramitar el certificado a través de la aplicación Cuidar.

nuevo coronavirus COVID-19  
seguí cuidándote

## CUHC

### Certificado Único Habilitante para la Circulación

Desde el viernes 29 de mayo, si tu actividad o servicio está exceptuado de su cumplimiento, tenés que reempadronarte. Es fácil.

- Descargá la app **Cuidar**.
- Completá tus datos.
- Cargá tu DNI y tu estado de salud.
- Solicitá el nuevo Certificado Único Habilitante para la Circulación y mostralo desde tu celular si te lo piden. ¡Ya no vas a tener que imprimirlo!

Si no podés descargar la app, entrá en [argentina.gob.ar/circular](https://argentina.gob.ar/circular), completá el formulario y lleválo con vos, siempre.

+info 120 Argentina Presidencia

Argentina unida

rrss  
whatsapp



**soportes**

tv • radio  
redes sociales

pedagógica

## Recomendaciones para los días de aislamiento

Para atender a la salud física y emocional de las personas frente al nuevo contexto de aislamiento, se comunicaron recomendaciones orientadas a moderar el consumo de información, consultar fuentes oficiales, diseñar una rutina diaria de actividades físicas y domésticas, usar la tecnología para vincularse con familiares y amigos, y reforzar la idea de responsabilidad mediante la permanencia en los hogares. Se realizaron spots en los cuales se exhiben situaciones reales de personas incorporando estos nuevos hábitos.



spot  
televisión

motivacional



soportes

tv • radio  
redes sociales

bitácora de contenidos

# Achatar la curva

Ante las dudas frecuentes de la población respecto de los reportes diarios de la situación epidemiológica y las acciones tomadas por el Gobierno para prevenir la saturación del sistema de salud, desarrollamos una serie de piezas que explican el significado del concepto “achatar la curva”. Allí se subraya la importancia de que todas y todos nos quedemos en casa para reducir el número de contagios y así evitar que se produzcan a la vez. Para lograr que el mensaje fuera simple y didáctico, se utilizaron símbolos, íconos, y sobreimpresiones animadas.



spot  
televisión



soportes

tv • radio  
redes sociales

# IFE

El Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) se creó para asistir a los argentinos y argentinas que más vieron afectados sus ingresos durante la emergencia sanitaria. Consistió en un pago excepcional de \$10.000 a trabajadoras y trabajadores desocupados, informales, de casas particulares, cuentapropistas de menores ingresos y beneficiarias y beneficiarios de AUH y AUE. Se abonó en 3 oportunidades a lo largo de 6 meses y alcanzó a más de 9 millones de personas.

Para poder dar cuenta de esta medida fundamental en el cuidado de los ingresos de la población, se desplegó una campaña masiva dividida en tres etapas. La primera estuvo orientada a explicar la dinámica de pago a los beneficiarios. En una segunda instancia el objetivo fue mostrar la dimensión del alcance de la prestación económica y, por último, para realizar el anuncio del tercer pago, se elaboró una nueva pieza que consistió en un registro fotográfico de las personas beneficiadas por la medida.



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

01 banner digital ►



Argentina **unida**

# ife

**El nuevo pago  
se realizará a través  
del sistema bancario  
mediante CBU.**

**Rápido, seguro  
y gratuito.**

**conocé más**

**anses**



# 8.970.000

historias

Ingreso Familiar de Emergencia

anses.gob.ar **anses**

Argentina unida

Argentina Presidencia



# 8.970.000

personas

Ingreso Familiar de Emergencia

anses.gob.ar **anses**

Argentina unida

Argentina Presidencia



01  
vía pública  
séxtuple

02  
vía pública  
CPM

03  
web  
banner digital

53



storyline secuencia

informativa

# Línea 134

Para detener el aumento de la curva de contagios y evitar arbitrariedades institucionales, se presentó la Línea 134, a través de la cual se recibieron denuncias acerca del incumplimiento de las normas preventivas y posibles abusos en manos de las fuerzas de seguridad. La campaña incluyó imágenes de calles vacías en distintas regiones de todo el país y personas que realizan sus actividades cotidianas dentro sus hogares mientras cumplen con las medidas de prevención y practican los cuidados sanitarios.



spot  
televisión



**soportes**

tv • radio  
redes sociales

**bitácora de contenidos**

# Aislados, más unidos que nunca

Teniendo en cuenta las dificultades que implica mantener la distancia física con los seres queridos, se desarrolló una campaña que tuvo por objetivo reforzar los lazos de solidaridad y el cuidado del otro. Sobre imágenes de paisajes de distintos puntos del país, escuelas, plazas, estaciones de trenes vacías y apoyado en una música instrumental autóctona, se desplegó la premisa: “Aislados, más unidos que nunca”.



spot televisión



soportes

tv • redes sociales

motivacional

# Unidos

Solicitada publicada en los diarios más grandes del país en la que las gobernadoras y los gobernadores expresan su respaldo a las decisiones adoptadas por el Gobierno Nacional en el marco de la emergencia sanitaria. Con esta acción, la premisa de que “nadie se salva solo”, adquiere un carácter federal.

motivacional



**soportes**

gráfica

gráfica página entera ►

**bitácora de contenidos**



nuevo  
coronavirus  
COVID-19

# unidos

La Argentina está trabajando unida para lograr minimizar el impacto del **nuevo Coronavirus** y salvar la mayor cantidad de vidas posibles. Los gobiernos provinciales apoyan las decisiones del Gobierno nacional para cuidar la salud de los argentinos. La responsabilidad de cada uno y cada una será factor decisivo para protegernos.

**Nadie se salva solo.**



Buenos  
Aires  
Ciudad



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE  
BUENOS AIRES



Catamarca



CHACO



Gobierno  
del Chubut



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE  
CÓRDOBA



CORRIENTES



Entre Ríos



GOBIERNO DE  
LA PROVINCIA  
DE FORMOSA



Gobierno de JUJUY



La Pampa



La Rioja



Mendoza



Gobierno  
de Misiones



Neuquén



Río Negro



GOBIERNO DE  
SALTA



San Juan



PROVINCIA DE  
SAN LUIS



Santa Cruz  
Gobierno de la provincia



PROVINCIA  
DE SANTA FE



Santiago  
del Estero



Gobierno de  
Tierra del Fuego  
Antártida e Islas  
del Atlántico Sur



Gobierno  
de Tucumán



Argentina Presidencia

Argentina **unida**

[argentina.gob.ar](http://argentina.gob.ar)

# ATP

Para cuidar los puestos de trabajo y garantizar la producción en el contexto de la emergencia sanitaria se creó el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP). A través de esta medida el Estado Nacional se hizo cargo del pago parcial de los salarios de las y los trabajadores de aquellas empresas que vieron afectada su facturación producto de la pandemia.

La campaña desarrollada para la difusión de esta medida se propuso comunicar la creación del Programa, la apertura de las distintas instancias de inscripción y la incorporación de nuevos beneficios. Se utilizaron tanto fotos y testimonios de pequeños y medianos empresarios y empresarias, como fotografías de trabajadores y trabajadoras en distintos contextos laborales.

informativa



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página entera ►

**bitácora de contenidos**



# Storyline Secuencia



Empresas pequeñas,  
medianas y grandes

Argentina **unida**

el Programa

**ATP**

Asistencia al Trabajo  
y la Producción

**continúa  
en todo el país**

Para acceder ingresá en  
**[www.afip.gob.ar](http://www.afip.gob.ar)**

**Jorge Monastirsky**  
Empresario  
indumentaria deportiva

El Estado Nacional extendió el pago del **salario complementario** para empresas pequeñas, medianas y grandes de todo el país a través del programa de **Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP)**. Las actividades críticas (turismo, entretenimiento, cultura, deportes y salud) podrán percibirlo **hasta diciembre**. Además se otorgarán créditos a tasas de entre **0 y 15%** para las empresas que empiezan a recuperarse. Los **monotributistas** y **autónomos** relacionados con la cultura podrán acceder a un **crédito sin interés con 12 meses de gracia**.



Argentina Presidencia

gráfica página entera

bitácora de contenidos

Monotributistas  
y Autónomos

# tasa 0%

en créditos de  
hasta \$150.000

Argentina **unida**



Para acceder ingresá en  
**[www.afip.gob.ar](http://www.afip.gob.ar)**

**Marina Rearte**  
Contadora pública  
MN T417F151

El monto máximo del Crédito a Tasa Cero es de \$150.000 - Los fondos se acreditarán en la tarjeta de crédito en tres desembolsos sucesivos e idénticos. Los créditos contarán con un período de gracia de 6 meses. El repago se realizará, como mínimo, en 12 cuotas fijas sin interés. Requisitos en [www.argentina.gob.ar/atp](http://www.argentina.gob.ar/atp)



**Argentina** Presidencia

gráfica página entera

# Línea 144

Durante el aislamiento, muchas mujeres tuvieron que transitar la cuarentena bajo el mismo techo que sus agresores. Esta situación contribuyó a que los casos de violencia de género recrudecieran.

En este marco, se desarrolló una campaña masiva con el objetivo de difundir el canal de comunicación de la Línea 144 creada para asesorar, contener y orientar a personas que atravesaran situaciones de violencia por motivos de género. Ante la imposibilidad de enunciar el pedido de auxilio en voz alta se habilitó una casilla de correo y una línea de whatsapp para ampliar las vías de comunicación y garantizar la asistencia.

En los spots se utilizó el silencio como estrategia narrativa acompañado de elementos gráficos que dan cuenta de los nuevos recursos disponibles para poder formular la denuncia en forma escrita.



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica ploteo trenes ►

**bitácora de contenidos**





**Este video no  
tiene sonido.**

**Ahora más que nunca  
ante una situación**

**de violencia por  
motivos de género**



**si no podés  
llamar**



**escribinos  
por mail**



**o whatsapp**

**La Línea 144  
no es solo una  
línea telefónica.**

# Medicamentos gratis

El cuidado de las adultas y adultos mayores siempre es una prioridad, pero lo es aún más en tiempos de pandemia. Esta campaña tuvo como objetivo comunicar el acceso de más de 2 millones de afiliadas y afiliados al PAMI a los medicamentos gratuitos y a la implementación de la nueva modalidad de receta electrónica. Se desarrollaron piezas audiovisuales que incorporaron tanto testimonios de personas beneficiadas como fotografías de jubiladas y jubilados alcanzados por la medida.



gráfica  
media página

informativa



soportes

tv • radio  
redes sociales

bitácora de contenidos



# Gracias

Con el objetivo de reconocer a toda la población el esfuerzo realizado desde el inicio de la emergencia sanitaria, se llevó a cabo una campaña con una función emotiva-motivacional. El concepto central es el agradecimiento, que expresan tanto las trabajadoras y los trabajadores esenciales hacia quienes permanecen en sus hogares, como las personas que, cumpliendo el aislamiento, agradecen a aquellos que salen de casa para cuidar de todas y todos.



**soportes**

tv • radio  
redes sociales

spot televisión

**motivacional**

# Barbijos caseros

Durante la pandemia, el uso de tapabocas se volvió imprescindible. Con el objetivo de concientizar a las personas sobre su uso como forma de responsabilidad colectiva, se diseñaron tutoriales didácticos que explican cómo confeccionarlos, cómo quitárselos correctamente y cómo lavarlos. Además de la utilización de fotografías, se modificaron viñetas de historietas y se recrearon personajes de cómics clásicos argentinos utilizándolos.





# Usá barbijo casero al salir y en tu lugar de trabajo

## seguí cuidándote

Argentina **unida**



[argentina.gob.ar](https://argentina.gob.ar)



Argentina Presidencia

gráfica  
página entera

bitácora de contenidos

# Es importante que laves el barbijo cada vez que volvés a tu casa.



Tomá con cuidado los elásticos o tiras por detrás de tus orejas y sacáelo evitando tocar su parte delantera.



Colocá el barbijo en una bolsa o recipiente y cerralo.



Lavate bien las manos con agua y jabón.



Podés lavar el barbijo a mano con cualquier tipo de jabón o meterlo en el lavarropas.



En lo posible, dejalo secar al sol.

## Recordá:

el barbijo casero solo es una protección más y es fundamental seguir respetando las demás medidas preventivas.

# Adultos mayores

En el contexto de pandemia, el principal grupo de riesgo debió continuar con sus controles y tratamientos médicos. Por ello fue preciso recordar a las y los afiliados de PAMI que podían acceder a sus medicamentos de manera gratuita, y se convocó a la ciudadanía en general a colaborar con las y los adultos mayores en la realización de trámites a distancia. En esta campaña se priorizó el uso de soportes tradicionales.



spot  
televisión



soportes

tv • radio  
redes sociales  
banners digitales

bitácora de contenidos

DNU 520/2020

## Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO) en algunas regiones del país

Frente a la existencia de distintas realidades epidemiológicas en nuestro país, y a partir de las recomendaciones de las autoridades sanitarias, se dispone la diferenciación entre zonas en donde se observa transmisión comunitaria del virus y el resto del país. A partir del establecimiento de ciertos requisitos sanitarios, determinadas localidades del territorio ingresan en el esquema de Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio, que posibilita un mayor grado de circulación y la apertura de actividades específicas cumpliendo estrictos protocolos.

El Presidente Alberto Fernández junto al Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta y el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof.







**seguí  
cuidándote**

**seguí cuidándote**

Para brindar una respuesta diferenciada a situaciones epidemiológicas que no se manifestaban de manera homogénea en el territorio nacional, el Gobierno Nacional dispuso el Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO). Con el objetivo de reanudar paulatinamente ciertas actividades económicas y sociales, se habilitó una mayor circulación garantizando el cumplimiento de estrictos protocolos y un monitoreo constante. Para reforzar la importancia de sostener los cuidados y valorar los esfuerzos realizados, se dio inicio a una nueva etapa de la gestión comunicacional a través del concepto **Seguí Cuidándote.**

**seguí cuidándote**

**bitácora de contenidos**



## Toca No Toca / Reapertura progresiva

A partir del establecimiento del DISPO en algunas zonas del país, se amplía el grupo de personas que pueden reanudar sus actividades. Con el objetivo de contar lo que toca y lo que no durante esta nueva etapa, se enfatizó el valor de cuidarse y cuidar al otro. La campaña se plasmó en formatos gráficos y audiovisuales.





01  
RRSS  
whatsapp

02  
RRSS  
whatsapp



Argentina unida

que vayan saliendo los trabajadores y  
las provincias que menos riesgos corran,  
pero respetando los protocolos.

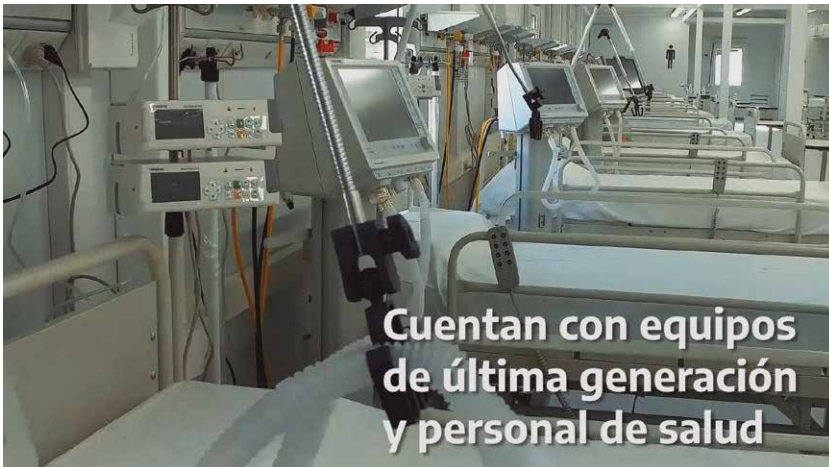


Argentina unida

que salga la indiferencia ni el prejuicio,  
porque al virus no le importa  
quién sos ni de dónde viniste.

# Hospitales modulares

Para ampliar la capacidad de respuesta frente a la pandemia y garantizar que nadie se quede sin atención, se construyeron 12 Hospitales Modulares de Emergencia con equipos de última generación para los pacientes con COVID-19. Esta medida de gobierno se comunicó a través de un recorrido del Hospital Modular N° 9 de la localidad de Almirante Brown en la cual el personal sanitario da a conocer el funcionamiento de las nuevas instalaciones.



spot  
televisión



soportes

tv • radio  
redes sociales

bitácora de contenidos

DNU 576 / 2020

## El Área Metropolitana de Buenos Aires vuelve al ASPO

Ante la dinámica situación epidemiológica y considerando las particularidades demográficas de cada región, se establece la continuidad de los esquemas de prevención de transmisión del virus que conviven en el territorio nacional. En este sentido se sostiene el Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio en aquellas localidades que cumplan con determinados parámetros sanitarios, al mismo tiempo que el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio permanece vigente en zonas de mayor circulación del virus, como AMBA, estableciendo un nuevo marco normativo para excepciones de actividades esenciales.

El Presidente Alberto Fernández junto al Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta y el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof.



# Camas

A partir del establecimiento del ASPO, el objetivo prioritario del Gobierno Nacional ha sido reforzar el sistema sanitario con la construcción de hospitales, la incorporación de camas, equipamiento y tecnología. Para evitar la saturación de los servicios médicos y garantizar la atención a todas las argentinas y los argentinos que lo necesiten, resulta fundamental continuar con los cuidados y respetar las recomendaciones. Esta comunicación se desplegó en soportes gráficos y digitales.



spot  
televisión

motivacional



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

**bitácora de contenidos**

# App Cuidar

La Aplicación Cuidar es una herramienta digital desarrollada para cuidarse en casa y en la calle. Permite llevar el certificado de circulación, hacer un autodiagnóstico y consultar las recomendaciones sanitarias para prevenir el COVID-19. Esta campaña es esencialmente pedagógica en tanto pretende explicar de forma sencilla cómo descargar la aplicación y de qué modo utilizarla.



RRSS  
banners



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

# Terapia Intensiva

El crecimiento exponencial de contagios, principalmente en la zona del AMBA, puso en evidencia la necesidad de contener la propagación del virus para evitar la ocupación total de las camas disponibles en las Unidades de Cuidados Intensivos (UTI). Bajo el concepto “seamos responsables”, se buscó concientizar a la población apelando al riesgo que conlleva el relajamiento de los cuidados sanitarios.



spot  
televisión



soportes

tv • redes sociales

bitácora de contenidos



# Prueba 2 metros

A partir de la reapertura progresiva y controlada de nuevas actividades en distintas regiones del país, se realiza una campaña con el objetivo de concientizar a la ciudadanía sobre los cuidados que se necesitan sostener para prevenir los contagios: respetar el distanciamiento social, usar barbijo casero, entre otras medidas.



diario  
media página

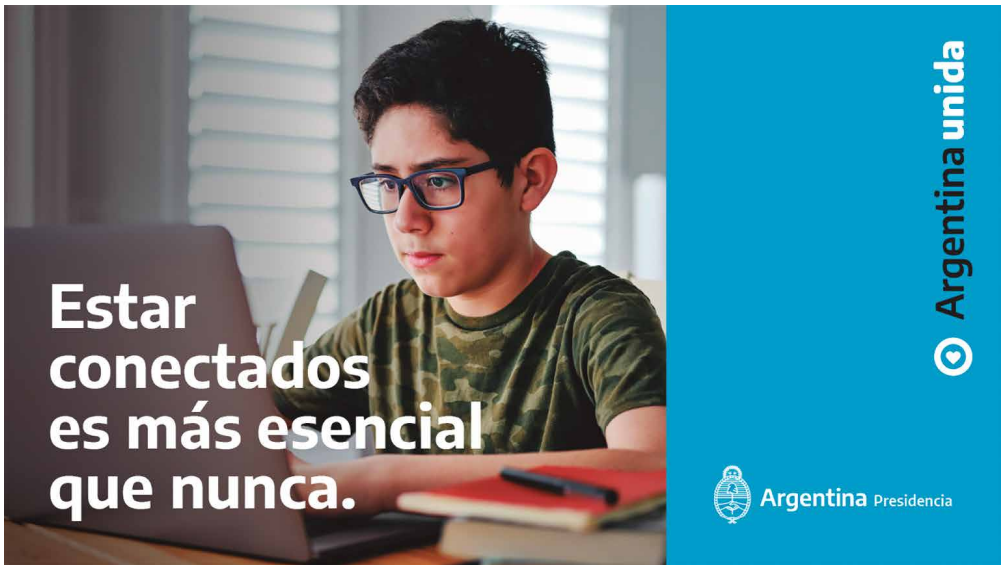
   **soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales



## TICs Servicios Esenciales

La conectividad y las comunicaciones demostraron ser fundamentales para la vida de las personas. Para garantizar un acceso equitativo, justo y a precios razonables, el Gobierno Nacional estableció que internet, la TV paga, y la telefonía fija y móvil sean considerados servicios públicos esenciales. Bajo la premisa de que estar conectados es más esencial que nunca, esta campaña se orientó a comunicar el congelamiento de los precios de estos servicios y la creación de planes inclusivos para quienes lo necesiten.



informativa



soportes

redes sociales  
banners digitales

bitácora de contenidos



Internet, TV paga y  
telefonía fija y celular  
ahora son servicios  
públicos esenciales.

# 17 de agosto

La conmemoración del paso a la inmortalidad de José de San Martín invita a pensar cómo resignificar su legado en el contexto actual. La motivación que generan algunas de las frases más recordadas del prócer y sus ideas vinculadas a la revolución, la victoria y la patria, son conceptos que permiten reconocer el trabajo que realiza el personal de salud para afrontar la pandemia. Al tratarse de una efeméride, en esta ocasión se privilegiaron los soportes digitales.



RRSS  
whatsapp

motivacional



**soportes**

gráfica • redes sociales  
banners digitales

**bitácora de contenidos**

DNU 714 /2020

## Se habilitan reuniones sociales al aire libre

Las medidas implementadas en todo el territorio nacional de manera temprana han sido fundamentales para contener los brotes en muchas jurisdicciones, logrando que, a pesar de tener áreas con transmisión comunitaria sostenida y brotes en distintas jurisdicciones, no se haya saturado el sistema de salud.

En el marco de una nueva prórroga de las medidas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio y de Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio, se autorizan las reuniones sociales de hasta de 10 personas en espacios públicos al aire libre. Haciendo hincapié en la responsabilidad personal y colectiva, se refuerza la necesidad de dar estricto cumplimiento a los protocolos y las recomendaciones sanitarias.

El Presidente Alberto Fernández desde su despacho en la Residencia de Olivos.



# Puertas

El COVID-19 es un virus altamente contagioso. Para prevenir su transmisión se generó esta campaña, que utiliza un lenguaje claro y directo para resaltar la importancia de no realizar reuniones sociales en espacios cerrados y así cortar la cadena, evitar los brotes y salvar vidas. Se utilizaron fotografías sobre las cuales se imprimieron fragmentos de conversaciones que ilustraban invitaciones a este tipo de encuentros.

**Cortemos la cadena,  
evitemos los brotes  
y salvemos vidas.**  
cuidarte es cuidarnos

Argentina **unida**



diario  
página entera



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página ►

**bitácora de contenidos**

## 45 millones - Levantarnos

Los 45 millones representan el protagonismo popular y el compromiso de un Estado. La campaña transmite la certeza de que el destino de cada uno está enlazado con el que la sociedad sea capaz de construir. Apela a la responsabilidad personal pero, al mismo tiempo, refuerza la idea de que nadie se salva solo. La campaña propone que todos los argentinos y argentinas sientan el reconocimiento del aporte que cada uno ha dado desde su lugar en este tiempo y apela al valor de una Argentina Unida.

Remarca la ética del cuidado como guía de la acción estatal en el resguardo de la salud, los ingresos de las familias, la actividad económica y los derechos prioritarios. Un Estado presente es imprescindible para coordinar los esfuerzos nacionales en la emergencia, levantarnos y salir adelante.



# 328 mil

empresas que recibieron apoyo  
para seguir generando trabajo.

## Detectar y Detectar Federal

Para intensificar la búsqueda de personas con síntomas de COVID-19, su diagnóstico, aislamiento y cuidado, se lanzó el Dispositivo Estratégico de Testeo para Coronavirus en Territorio Argentino (DetectAR) y el Plan DetectAR Federal, el cual permitió respaldar el trabajo de los equipos de salud de las provincias. La comunicación de este dispositivo se trabajó haciendo hincapié en las funciones prácticas del operativo bajo una premisa clara y precisa: buscar, testear y cuidar. Por la naturaleza del programa, se distribuyó en todos los soportes disponibles.

informativa



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página ►

**bitácora de contenidos**





nuevo  
coronavirus  
COVID-19

Argentina **unida**



# detectar

es buscar,  
testear y cuidar

**Un operativo para buscar posibles casos de COVID-19.**  
Testearlos a través de una prueba PCR. Cuidar y dar seguimiento  
a los casos que dan positivo y a sus contactos estrechos.

[argentina.gov.ar](https://argentina.gov.ar)

Ministerio de Salud



Argentina Presidencia

## No sabía

Los datos epidemiológicos conviven con discursos que niegan la gravedad del virus, en nuestro país y en el mundo. Por eso alertar y concientizar sobre la importancia de cuidarse para cuidar al otro, y así romper la cadena de contagios, fue una de las prioridades de la comunicación de gobierno.

Esta campaña de comunicación masiva se apoyó en la experiencia de pacientes recuperados y las distintas maneras en las que atravesaron la enfermedad. Los testimonios parten de un inicio común: sus protagonistas no sabían que una situación cotidiana puede conducir al contagio, no imaginaban tampoco sus consecuencias.

No sabía buscó fortalecer el consenso en torno a las medidas de prevención del gobierno en un contexto en donde el foco de los contagios excedió la región del AMBA y puso en tensión el sistema de salud en varias provincias en donde hasta ese momento las cifras eran menos alarmantes.

motivacional



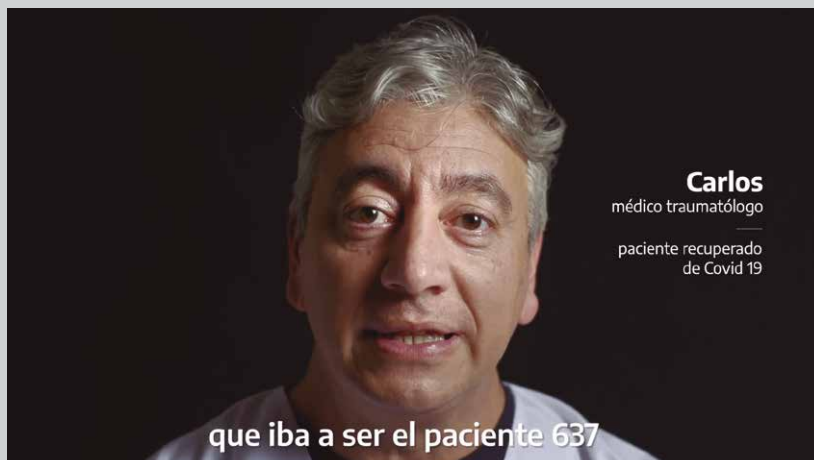
**soportes**

TV • radio • gráfica  
redes sociales

**bitácora de contenidos**

01  
spot  
televisión

02  
gráfica  
media página



no sabía que en una reunión familiar de pocos minutos y poca gente podía contagiarme.

Cortemos la cadena de contagios para que no te pase a vos ni a tus seres queridos.  
Cuidarte es cuidarnos.

argentina.gob.ar

Argentina unida

Argentina Presidencia

# Donación de Plasma

Aquellos pacientes que se recuperan de COVID-19 llevan en el plasma de su sangre anticuerpos que pueden beneficiar a quienes cursan la enfermedad. Concientizar sobre la importancia de la donación de plasma para salvar más vidas es fundamental. Para eso, se diseñó una campaña que giró en torno a la siguiente premisa: siempre que se necesite una mano, ahí estamos. Porque las argentinas y los argentinos llevamos la solidaridad en la sangre.



RRSS  
whatsapp



soportes

tv • radio  
vía pública  
redes sociales

bitácora de contenidos

# Grooming

Esta campaña de comunicación integral fue desarrollada junto a una mesa interdisciplinaria en la que participaron diversos representantes del Poder Ejecutivo Nacional, del Poder Legislativo y el tercer sector. A partir del trabajo conjunto se estableció que el objetivo principal fuera el de concientizar a la comunidad sobre el delito de grooming o ciberacoso y brindar recursos para su prevención, identificación y denuncia.

La campaña pretende evidenciar cómo una persona adulta puede adoptar perfiles falsos, en plataformas digitales, con el objetivo de contactar a una persona menor de edad para cometer un delito contra su integridad sexual.



rrss  
story

## soportes



tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales





**Reconstrucción  
argentina**

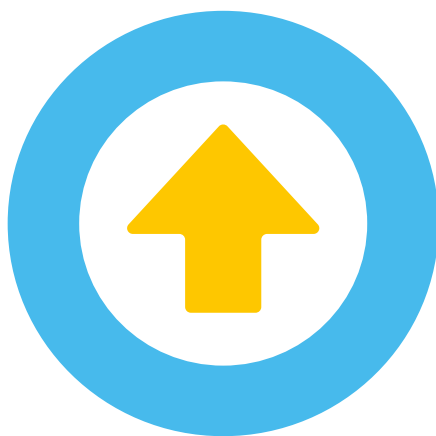


## Reconstrucción argentina

La pandemia demostró que los argentinos y las argentinas fuimos capaces de cuidarnos entre todos. Si bien sufrimos pérdidas irreparables, la enorme mayoría de nosotros supo unirse para salvar vidas.

La humanidad está adquiriendo una nueva conciencia sobre su fragilidad. Está en nosotros aprender de nuestra experiencia para enfrentar las urgencias y proyectar un futuro más justo, seguro y solidario. Crear un horizonte distinto va a exigir trabajo e imaginación.

La gestión de gobierno se vio atravesada por esta nueva realidad y en consecuencia reorientó todas las capacidades estatales para hacer frente a este difícil contexto. Las piezas de esta campaña hicieron foco en las medidas adoptadas, el esfuerzo realizado y el rol irremplazable del Estado a la hora de protegernos y también de recuperarnos.





Reconstrucción  
argentina



## Soga. Tirando todos para el mismo lado.

El esfuerzo conjunto permitió contener la propagación del virus para fortalecer el sistema de salud. Ese mismo espíritu es el que se necesita para contribuir a la agenda de la reconstrucción: encender la economía, levantar a los que cayeron en la pobreza y seguir luchando contra el COVID-19. Esta campaña de comunicación masiva es una invocación a la unidad de todos los sectores políticos para tomar conciencia de la gravedad de la crisis y así actuar con responsabilidad y espíritu de colaboración.

El mensaje principal se articula a partir de tres conceptos: unir, reconstruir y levantar. La soga representa el esfuerzo compartido y coordinado para salir adelante, sobreponerse a la adversidad y vencer en la pandemia.

motivacional



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

**bitácora de contenidos**



storyline secuencia

motivacional



gráfica  
diario media página



Argentina unida

Hagamos lo que sabemos hacer  
**Levantarnos**



Argentina  
Presidencia



Reconstrucción  
argentina

masaideas

PUBLICIDAD SA S.A.  
CALLE SARDENYER 10  
MONTEVIDEO 11000  
CALLE 14 110000011  
PERMISO E3-2014-10381-100-00007

Anuncio **27 noviembre**

DNU 956 /2020

## Todo el territorio nacional pasa a DISPO

Durante el tiempo transcurrido desde el inicio de las políticas de aislamiento y distanciamiento social, se ha logrado fortalecer el sistema de salud, adquirir insumos y equipamiento, reforzar la capacitación de los equipos de salud e incrementar la capacidad diagnóstica. Por ello, y ante un descenso de casos del 30% respecto de las semanas previas, se establece que todo el país estará bajo el esquema de Distanciamiento Social.

El presidente Alberto Fernández junto al Ministro de Salud de la Nación, Ginés González García, y la Directora Ejecutiva de PAMI, Luana Volnovich.



bitácora de contenidos



# Plan Básico Universal

En un contexto que puso en evidencia la desigualdad en términos de conectividad y con el objetivo de garantizar el derecho a la comunicación, se lanzó el Plan Básico Universal para que millones de argentinas y argentinos puedan acceder con más facilidad a un buen servicio de Internet, TV paga, y telefonía fija y móvil.

La campaña tuvo como principales destinatarios a las personas beneficiarias de esta medida. A través de un tono simple y pedagógico, apoyado en animaciones gráficas, se informó sobre las prestaciones mínimas garantizadas y cada una de las tarifas acordadas.

Reconstrucción argentina

Servicio	Tarifa / Beneficio
telefonía fija	\$380 por mes
telefonía móvil	\$150 por mes
internet	\$700 por mes
televisión paga	30% de descuento

**Plan básico universal**  
Solicitalo a tu empresa prestadora

argentina.gob.ar Argentina Presidencia

+info

diario  
página entera



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales



**cuidadanía**

# cuidadanía

La última etapa del 2020, iniciada algunas semanas antes de las fiestas de fin de año y del comienzo de la temporada de verano, correspondió a una ampliación de los alcances del DISPO. En este marco, y con el propósito de prevenir una segunda ola de contagios, se lanzó la campaña Ciudadanía. Frente al cansancio y el hastío producto de un año difícil, este concepto apela al humor para reforzar el valor de la ética del cuidado, principalmente entre las personas jóvenes, con el fin de evitar un relajamiento de las medidas preventivas y revalorizar los hábitos sanitarios adquiridos.

cuidadanía



bitácora de contenidos







# Ciudadanía

En las semanas previas a las fiestas de fin de año, esta campaña se propuso interpelar principalmente a la juventud para evitar un relajamiento de las medidas preventivas y un nuevo pico de contagios. A través de un juego de palabras con el concepto de “ciudadanía”, la campaña se apoya en el valor de la ética del cuidado y usa el humor para volver a generar conciencia sobre la importancia de respetar las indicaciones sanitarias.

Narrando situaciones cotidianas de encuentros entre familiares o amigos, aporta emotividad e identificación, un equilibrio fundamental para lograr interpelar a la población en un contexto de cansancio y hastío. Los spots contaron con la voz del reconocido guionista y humorista Pedro Saborido, imprimiéndole frescura a la campaña. En cuanto a los soportes, también se desarrollaron piezas en formatos gráficos y digitales.

motivacional



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página ►

**bitácora de contenidos**

Orgullosa  
de usar  
mi barbijo



Argentina unida

*Practiquemos*  
**LA CUIDADANÍA**

[argentina.gob.ar](https://argentina.gob.ar)



Argentina Presidencia

## Este verano disfrutá y cuidate

En el marco del comienzo de la temporada de verano y acompañando el inicio del plan de vacunación, se desarrolló una campaña que promueve los cuidados sanitarios y al mismo tiempo resalta la importancia del turismo para la reactivación de la economía nacional.

Apelando a la responsabilidad personal e invitando a sostener el esfuerzo realizado durante el año, las piezas presentan distintas situaciones que combinan el uso de aquellos elementos necesarios para disfrutar de un tiempo de descanso junto con los objetos esenciales para el cuidado de la salud. La campaña despliega un mensaje simple y claro: estas vacaciones disfrutá y cuidate.



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página ►

**bitácora de contenidos**



**Este verano disfrutá y cuidate**

**Tenés tu sombrilla. ¿Tenés tu barbijo?**

[argentina.gob.ar/verano](http://argentina.gob.ar/verano)

Ministerio de Turismo y Deportes    Ministerio de Salud

Argentina Presidencia

Reconstrucción argentina



**Este verano disfrutá y cuidate**

A Purmamarca le hace bien que vayas.  
A Purmamarca le hace bien que te laves las manos frecuentemente.

Ministerio de Turismo y Deportes    Ministerio de Salud

Conocé más en [argentina.gob.ar/verano](http://argentina.gob.ar/verano)

Argentina

Reconstrucción argentina

# Vacunas

En el contexto del arribo de la vacuna Sputnik V al país se inició una campaña con el objetivo de informar la implementación del Plan Estratégico para la vacunación contra el COVID-19 en Argentina. Su objetivo principal es fomentar la aceptación y confianza en la vacuna como una estrategia sanitaria solidaria, equitativa y beneficiosa para el cuidado de la salud de todas y todos.

Frente al desafío de llevar adelante la campaña de vacunación más grande de la historia, se orienta a dar cuenta de su alcance y propiciar su ejecución. El concepto de la campaña es “Después de tanto poner el pecho, llegó el día de poner el brazo”. A través de imágenes de situaciones vividas desde el comienzo de la pandemia, pone en valor el esfuerzo realizado para hacer frente a la emergencia sanitaria y la esperanza que representa la llegada de las vacunas.

motivacional



**soportes**

tv • radio • gráfica  
vía pública • redes sociales  
banners digitales

gráfica página ►

**bitácora de contenidos**



Reconstrucción  
argentina

**Después de tanto  
poner el pecho,  
llegó el día  
de poner el brazo.**



**Argentina** Presidencia

[argentina.gob.ar / vacunacovid](https://argentina.gob.ar/vacunacovid)



Reconstrucción  
Argentina

# Ya estamos vacunando.



Argentina Presidencia

[argentina.gob.ar/vacunacovid](https://argentina.gob.ar/vacunacovid)





01

24/12/20

Arribo de las primeras  
300.000 dosis de la vacuna  
Sputnik V provenientes  
de la Federación Rusa.

02

17/02/21

Arribo de 580.000 dosis de la  
vacuna Covishield provenientes  
de la República de la India, con la  
presencia del embajador de ese país  
Dinesh Bhatia.

03

25/02/21

Arribo de 904.000 dosis  
de la vacuna Sinopharm  
provenientes de la República  
Popular de China.



## **Subsecretaría de Comunicación y Contenidos de Difusión**

**Director Nacional  
de Planificación y Seguimiento**  
Horacio Mizrahi

**Directora de Campañas**  
Sol Vabaglio

**Directora de Información  
Pública y Enlace**  
Giuliana Mezza

**Director Nacional  
de Contenidos**  
Pablo Taricco

**Director de  
Diseño Comunicacional**  
Gustavo Wald

**Coordinadora de Diseño**  
Lucía Rosales

## **Bitácora de Contenidos**

**Contenidos**  
Ignacio Vegas  
Mariela Mateos  
Lucrecia Pérez Laguna

**Equipo de diseño**  
Alejandra Getino  
Andrea Pierina Benítez Corti  
Débora Cuña Alvarez  
Eduardo Baulan  
Florencia Paola La Greca  
Juan Patricio Franchi  
Magdalena Lonardi  
María Mercedes Alvarez  
María Virginia Urdaneta

**Administración**  
Lisandro Savaresi

**Agradecimientos**  
Evelin Periotti  
Leticia Martin  
Mauro Djedjeian  
Santiago Magario  
Julia Brunetti  
Gastón Pablo Abril Rotger  
Esteban Collazo  
María Eugenia Cerruti  
Nicolás Bondarovsky  
Florencia Siri







**bitácora  
de contenidos**

# cuidarte es cuidarnos

**Marzo 2021**

Subsecretaría de Comunicación  
y Contenidos de Difusión



**Argentina** Presidencia



# cuidarte es cuidarnos

bitácora  
de contenidos  
2020



**Argentina** Presidencia

Subsecretaría de Comunicación  
y Contenidos de Difusión