

**bitácora
de contenidos
2020**



cuidarte es cuidarnos

comunicación en el
marco de la pandemia



Argentina Presidencia

bitácora
de contenidos

cuidarte
es cuidarnos



#QUEDA



ATEEN CASA

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



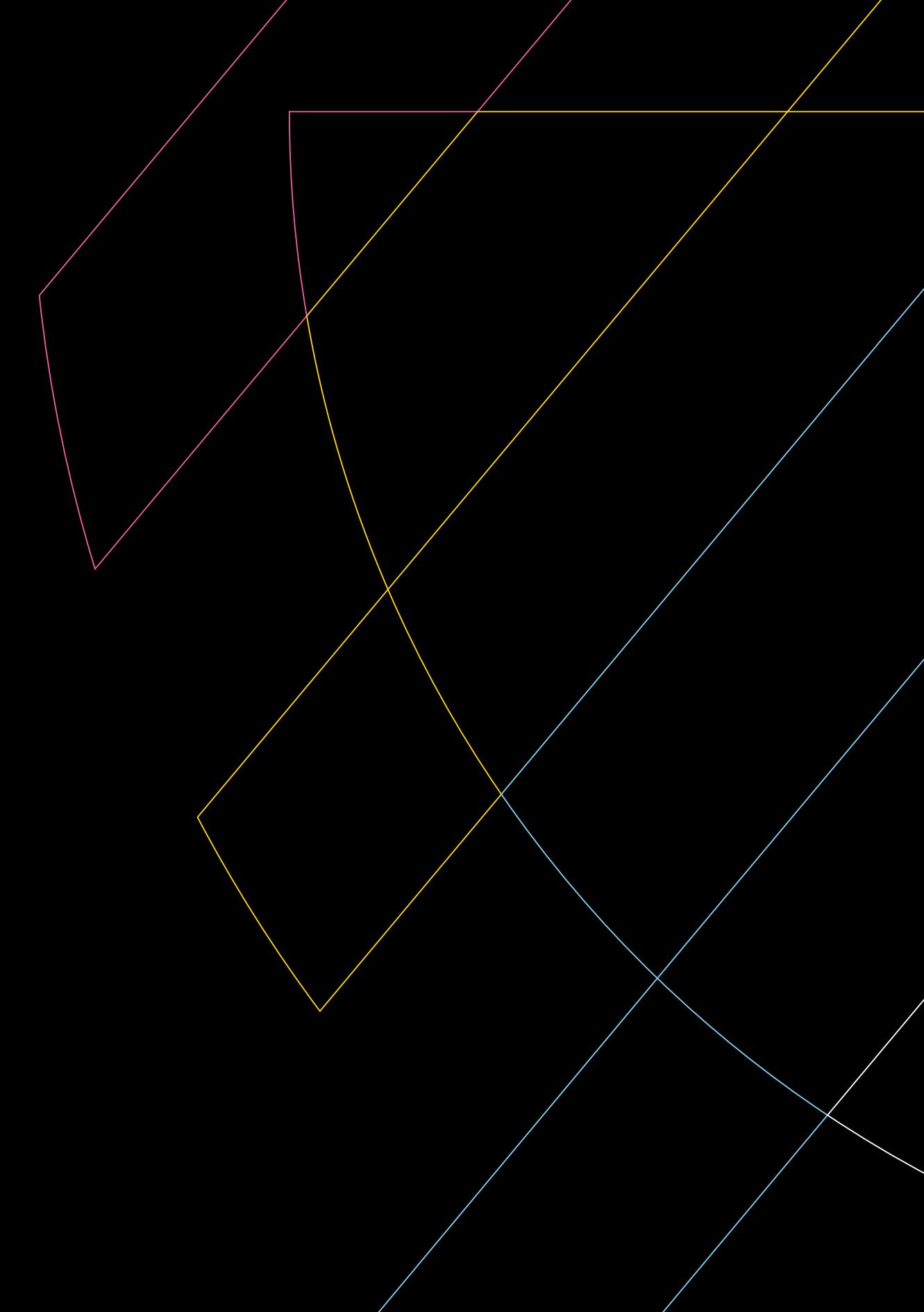
“Las herramientas del cuidado siempre estuvieron al frente de nuestro gobierno. Nosotros decidimos que desde la ética del cuidado y la ética de la solidaridad íbamos a avanzar en garantizar la salud y la integridad de todas nuestras familias. El Estado hizo un esfuerzo inédito en poco tiempo para garantizar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

 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.



Argentina Unida 

@ArUnidaok - Organización gubernamental

 Enviar mensaje

[Inicio](#) [Fotos](#) [Videos](#) [Información](#) [Más](#)   Me gusta

Información

[Ver todo](#)

-  Información oficial y actualizada del Gobierno sobre el coronavirus en Argentina
-  25,692 personas les gusta esto, incluidos 1 de tus amigos
-  31,714 personas siguen esto
-  <https://www.argentina.gob.ar/>
-  [Enviar mensaje](#)
-  [Organización gubernamental](#)

Fotos

[Ver todo](#)



Videos

[Ver todo](#)

Esta página publica contenido sobre COVID-19

Visita el Centro de información sobre COVID-19 para obtener información actualizada y respuestas a tus inquietudes sobre el coronavirus.

[Ver información](#)

 [Crear publicación](#)

 [Foto/video](#)  [Estoy aquí](#)  [Etiquetar amigos](#)

 **Argentina Unida** 

17 h - 

Parte diario de vacunación y situación Covid-19 en Argentina. Para más información de la Campaña Nacional de Vacunación contra Covid-19 ingresá en <http://argentina.gob.ar/vacunacovid> #ArgentinaUnida

 **covid-19** 

Jueves 04/03

Vacunas aplicadas	1ra. dosis	2da. dosis
1.323.859	999.440	324.419

 ar_unida

 ArUnidaok

 Ar_Unida

 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.



soñar
cuidarte
es cuidarse

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

Argentina unida

cuidarte es cuidarnos



Argentina
Presidencia

Ministerio
de Salud

+info 120

Sumate

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.

pedagógica

 **soportes**

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

gráfica afiche ►

bitácora de contenidos

nueva aplicación
á tu tren



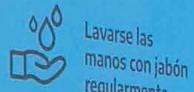
dor esencial con permiso
también, llevar tu DNI y tu SUBE.

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



+info

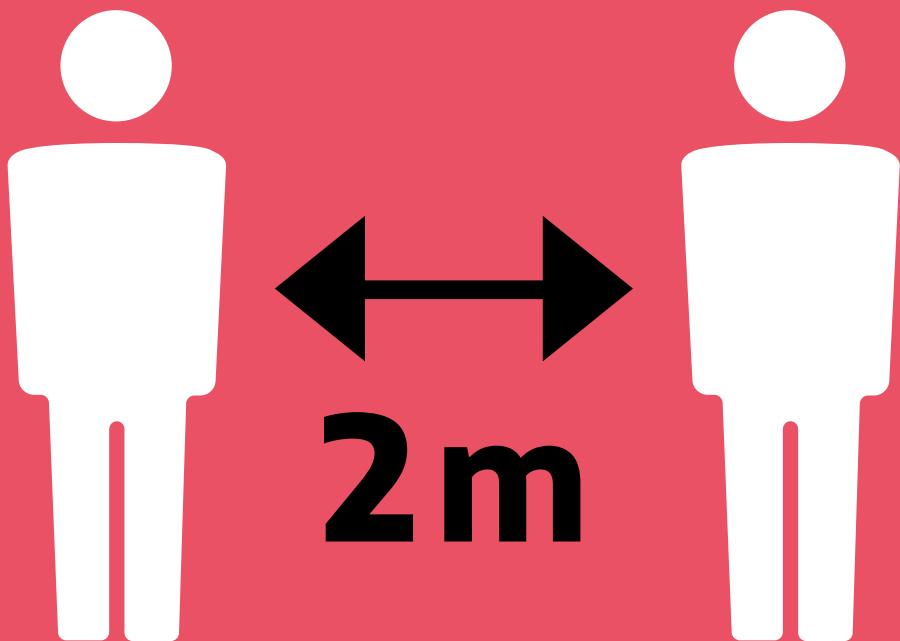
argentina.gob.ar/salud

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.



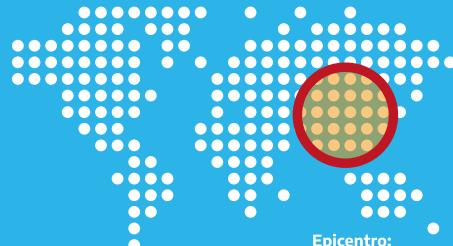
**Si vas o venís
de China,
tomá precauciones**



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.

+ info
www.argentina.gob.ar

 Ministerio de Salud
Argentina

 **Si volvés
de China**

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

 0800 222 1002
opción 1

pedagógica

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

Coronavirus

nuevo COVID-19

saber para prevenir

Argentina unida

cuidados



No llevarse las manos a los ojos y la nariz.



Lavarse las manos con jabón regularmente.



Desinfectar los objetos que se usan con frecuencia.

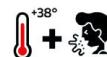


Estornudar en el pliegue del codo.



Ventilar los ambientes.

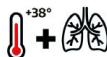
síntomas



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

0800 222 1002

Ministerio de Salud



Argentina Presidencia

cuidados principales

+info 120

Ministerio de Salud Argentina

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

01
gráfica
contratapa insert

02
gráfica
interior insert

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





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 relevantes.

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. También se publicaron anuncios en las redes oficiales **Argentina Unida** y **Casa Rosada**.



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.



pedagógica

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.

rss
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.

motivacional



spot
televisión

   **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.



soportes

tv • radio
redes sociales

pedagógica

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.

informativa

   **soportes**

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

01 banner digital



bitácora de contenidos



Argentina **unida**

ife

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

**Rápido, seguro
y gratuito.**

conocé más

anses



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.



pedagógica

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



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



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
BUENOS AIRES



Catamarca



CHACO



Gobierno
del Chubut



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

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



informativa

Storyline Secuencia



Empresas pequeñas,
medianas y grandes

el Programa

ATP

Asistencia al Trabajo
y la Producción

continúa
en todo el país

Para acceder ingresá en
www.afip.gob.ar

Jorge Monastirskey
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

Para acceder ingresá en
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



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 atraviesen 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.

pedagógica



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.

storyline secuencia

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.

pedagógica



soportes

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

gráfica comics ►

bitácora de contenidos



Usá barbijo casero al salir y en tu lugar de trabajo seguí cuidándote

Argentina unida



argentina.gob.ar



Argentina Presidencia

gráfica
página entera

bitácora de contenidos

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



1.

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



3.

Lavate bien las manos con agua y jabón.



En lo posible,
dejalo secar al sol.



2.

Colocá el barbijo en una bolsa o recipiente y cerralo.



4.

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

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.

motivacional



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

bitácora de contenidos

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.



soportes

tv • radio
redes sociales
banners digitales

01
RRSS
whatsapp

02
RRSS
whatsapp



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



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.



informativa

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

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



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

pedagógica

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



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.



**Respetá los
2 metros de distancia
seguí cuidándote**

argentina.gob.ar



diario
media página



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

pedagógica

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

01
RRSS
twitter

02
RRSS
instragram

89



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

informativa

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.



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 Aislamientos 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

pedagógica

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 ►



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.gob.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.



TV • radio • gráfica
redes sociales

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

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

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.



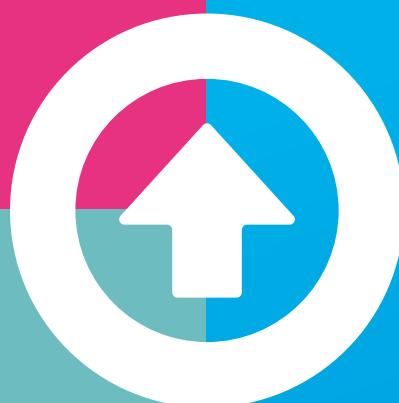
soportes



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

pedagógica





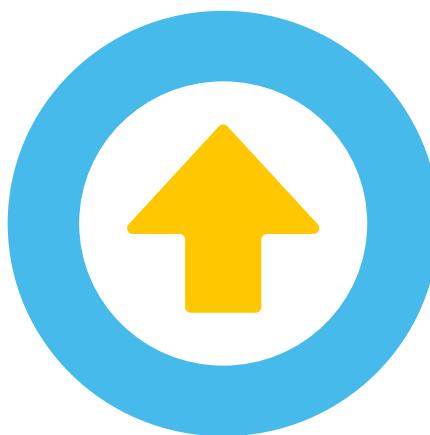
**Reconstrucción
argentina**

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.

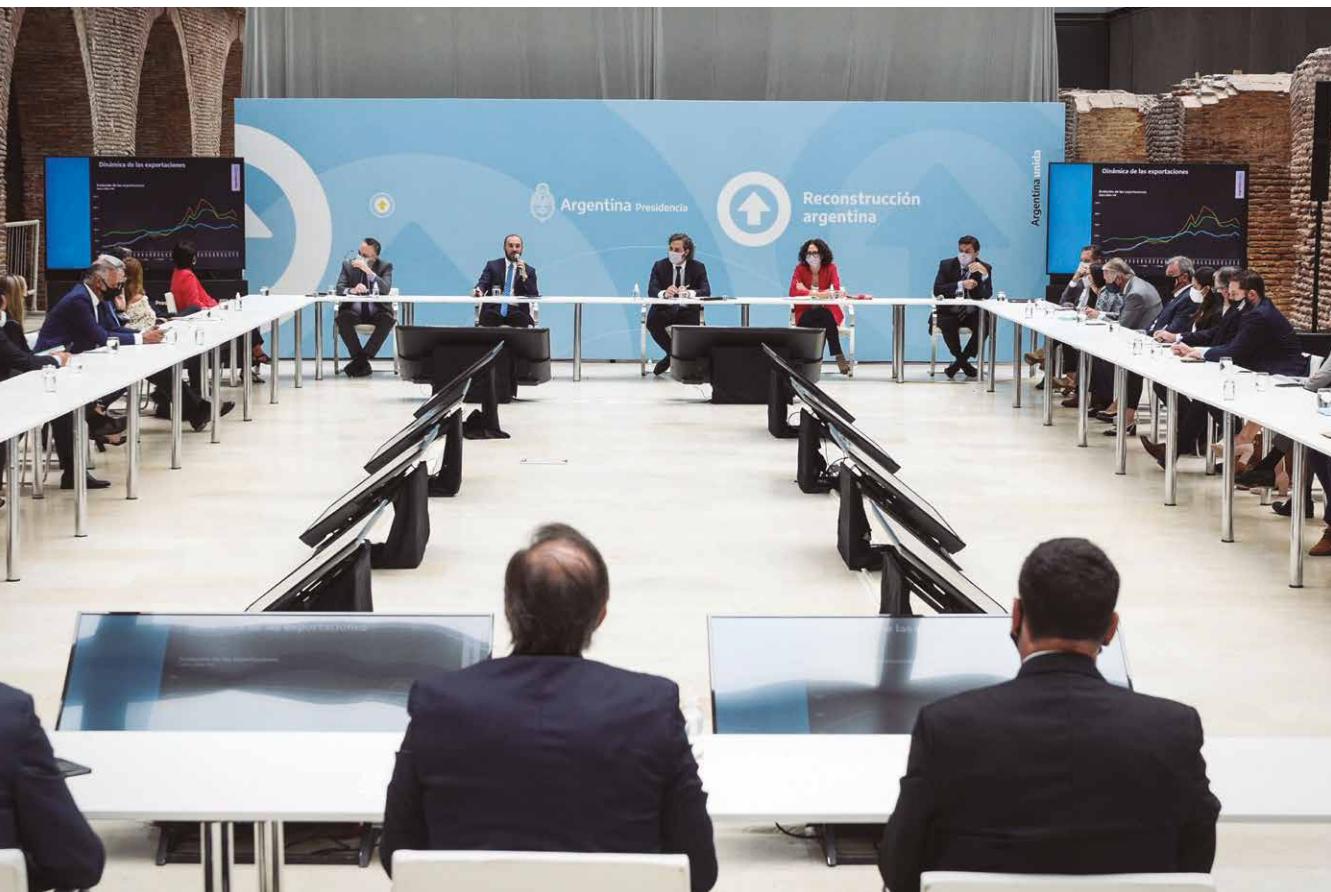
La humanidad está adquiriendo una nueva conciencia sobre su fragilidad. Está en nosotros aprender de nuestra experiencia para enfrentar las urgencias y proyectar un futuro más justo, seguro y solidario. Crear un horizonte distinto va a exigir trabajo e imaginación.

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.



soportes

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



motivacional

storyline secuencia



motivacional

gráfica
diario media página

bitácora de contenidos

Argentina unida

Hagamos lo que sabemos hacer
Levantarnos

Argentina
Presidencia



Reconstrucción
argentina

PUBLICAR SRL
CUE: 3070000000
MATRICULA PUBLICO
ASIN: 143000011
ASIN: 143000011
EX-2014-150017-000P

masaideas

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.



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.



diario
página entera



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

informativa

110

cuidadanía

cuidadania

bitácora de contenidos

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 Cuidadanía. 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.

cuidadánia



bitácora de contenidos



Cuidadanía

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 “cuidadanía”, 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.



soportes

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

gráfica página



bitácora de contenidos

Orgulloso
de usar
mi barbijo



Argentina unida

Practiquemos
LA CUIDADANÍA

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





Este verano disfrutá y cuidate

Tenés tu sombrilla. ¿Tenés tu barbijo?

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

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.



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



Argentina Presidencia

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



Reconstrucción
argentina

Ya estamos vacunando.



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 Martín
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