



# **REVISTA IMAGEN**

## **PREMIOS EIKON 2018**

**Categoría 20: Comunicación política, de gobierno y campañas electorales**

**Subcategoría: 20.3 Comunicación política municipal**

**Campaña electoral de la Municipalidad de Gobernador Virasoro, Provincia de Corrientes.**

### **CAMPAÑA ELECTORAL 2017**

#### **EMILIANO FERNANDEZ INTENENTE**

#### **“Para Transformar Virasoro”**

**Personas a cargo de la campaña:**

**Consultor:** Lic. Cristian Solmoirago - para IPD Consultora S.R.L.

**Jefe de Campaña:** Lic. Simón Etcheverry.

**Encargado de Comunicación:** Miguel Méndez - CODEX. S.A

## I. INTRODUCCIÓN.

La campaña Emiliano Fernández “Para transformar Virasoro” se desarrolló en la Ciudad de Gobernador Virasoro, provincia de Corrientes. La misma se ubica sobre la Ruta Nacional N° 14. Con más de 40.000 habitantes, casi duplicando su población en cada censo nacional, es la localidad con mayor crecimiento demográfico e industrial de la Provincia de Corrientes. Posee el 2% de la superficie total de la Provincia y su explotación consta del 78% en forestación, yerba mate y té. Es conocida como la Capital Provincial del Mate, siendo sede del Establecimiento Modelo Las Marías, la principal productora nacional de Yerba Mate. Fue declarada como Capital Provincial de la Foresto-Industria y Capital Nacional del Cebú.

Emiliano Fernández Recalde de 28 años luego de finalizar sus estudios, tomó la decisión de ser candidato a Intendente de la Ciudad de Gobernador Virasoro. Habiendo convocado a vecinos de todos los espacios políticos, creó un espacio vecinalista denominado “Frente Renovador Virasoreño”.

El trabajo de consultoría desarrollado por IPD S.R.L. comienza en el año 2013. La Provincia de Corrientes eligió sus cargos ejecutivos mientras el resto del país sólo elige cargos legislativos.

Como primer paso se realizaron estudios cuantitativos, consistentes en encuestas telefónicas. La primera medición lo ubicó a Emiliano Fernández con solamente un 4% de intención de voto y un alto nivel de desconocimiento, mayor al 75%. Esto en un escenario complicado, ya que en ese momento la intendente Beatriz Pintos gozaba de una intención de voto cercana al 50%, con un nivel de aprobación de su gestión que superaba el 70%. Además, se encontraban otros dirigentes con trayectoria política, lo que generaba una difícil inserción de un nuevo actor político en la ciudad.

La campaña se desarrolló en cuatro meses, con el objetivo principal de posicionar al candidato como alternativa al oficialismo municipal.

En la siguiente medición, coincidente con el inicio de la campaña, ya con un escenario electoral más claro, Emiliano Fernández creció en todos los segmentos. Con más de 12% de intención de votos y una creciente imagen positiva, su candidatura comenzaba a ser vista como única alternativa en la ciudad. Bajo el mensaje de SUMATE! se pedía a todos los virasoreños que se sumaran a este nuevo espacio, hecho por virasoreños para los habitantes de Virasoro, invocando siempre el sentido de pertenencia *primero Virasoro*.

El resultado de esta primera incursión electoral logró ubicar a Emiliano Fernández como la primera alternativa de oposición.

En el año 2015, mientras que en todo el país se debatía sobre quién sería el futuro presidente, en la Provincia de Corrientes en general, y en la ciudad de Gobernador

Virasoro en particular, se preparaban para elegir senadores provinciales, diputados y concejales. Emiliano Fernández encabezó la lista de concejales de su espacio vecinalista, bajo el lema “*Marcá la diferencia*”, el candidato solicitaba el apoyo de los virasoreños. Con una serie de spots audiovisuales, se dejó en claro que el objetivo de Emiliano Fernández es ser intendente.

En la última encuesta realizada, a cinco días de las elecciones, los resultados fueron los siguientes: con proyección de los indecisos, Emiliano Fernández alcanza el 35,59% de intención de voto, mientras que el oficialismo municipal encabezado por Daniel Ortowsky llegaría al 24,32% y el candidato del PJ Daniel Sequeira al 16,76%.

Finalmente, Emiliano Fernández ganó las elecciones con el 34,92% de los votos, secundado por el oficialista local, con 22,68%, y en tercer lugar el PJ con 16,63%.

Dado que las elecciones para intendente son muy diferentes respecto de las de cargos legislativos, se realizaron diversos estudios para poder establecer la estrategia adecuada a implementar. De los estudios cuantitativos y cualitativos se determinaron los siguientes aspectos:

- Crecimiento de la figura de Emiliano Fernández: se resaltan como características positivas su juventud y preparación académica. Como aspecto negativo, su falta de experiencia.
- Para la mayoría de los electores de Virasoro, era muy difícil que alguien por fuera de la estructura del gobierno provincial y local, ganara la intendencia.
- El futuro de los jóvenes de la ciudad y el arreglo de calles eran las principales preocupaciones de los virasoreños a comienzos de 2017.

## **II. EJECUCIÓN.**

### **II. a Pre-campaña.**

Durante el año 2016 y principios del 2017 la comunicación de Emiliano Fernández y del Frente Renovador Virasoreño tuvo como eje principal su labor legislativa, y como eje secundario, una labor de campo que implicaba recorridas permanentes los distintos barrios de la ciudad, para interiorizarse de las distintas demandas de los vecinos. Emiliano Fernández ya contaba con un posicionamiento importante para su candidatura a Intendente. En cuanto a la actividad legislativa, se promocionaron iniciativas para los jóvenes, como el proyecto de ordenanza “Presupuesto participativo Joven”. A través de audiovisuales promocionadas en las redes sociales, se buscaba llegar a la mayor cantidad de jóvenes de la ciudad. El nivel de segmentación, de las actividades y proyectos permitió que Emiliano se consolidara en el primer grupo etario, desde aquellos que votan por primera vez hasta los 25 años. Video promocional del proyecto presupuesto participativo joven.

<https://www.facebook.com/EmilianoFernandez2017/videos/1474356735949961/>

## **II. b Estrategia comunicacional.**

En primer lugar, se continuó con el eje de la campaña anterior: poner el foco en las personas que viven en la Ciudad de Virasoro, con Emiliano Fernández como un vecino que tomó las causas comunes de los virasoreños, a diferencia de las otras fuerzas políticas y sus candidatos que solo buscaban mostrar su pertenencia a grandes estructuras provinciales y nacionales. En todo momento la comunicación estaba dirigida a los vecinos, invitándolos a que fueran parte de este nuevo grupo político. Mostrando un fuerte sentido de pertenencia y compromiso para la ciudad y sus vecinos.

Se promocionaron las invitaciones a las reuniones, mediante redes sociales y mensajes de voz realizados por el propio candidato a teléfonos fijos de la ciudad, lo que permitió tener un alcance mayor, que provocaba un incremento importante de asistencia.

Se generaron distintos perfiles y fanpage del candidato en las redes sociales como ser Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, a fin de explotar su gran penetración en el segmento joven. Se hizo hincapié en problemáticas específicas de la Ciudad de Virasoro, como el estado de las calles y la falta de iluminación, destacando también la mirada al futuro, reflejada en la propuesta de creación del Centro Universitario Municipal. Para la instalación de estos temas se desarrollaron spots publicitarios, promocionados por redes sociales.

- Spot 1. En estudios cuantitativos se observó que 7 de cada 10 personas consideraban que el principal problema que tenía la ciudad era el mal estado de las calles. La primera parte del spot refleja con ironía los obstáculos que deben superar los virasoreños para transitar las calles de la ciudad. La segunda parte intenta transmitir esperanza y optimismo para la solución del problema (Ver Anexo 2).
- Spot 2. Ante la campaña negativa que sufrió Emiliano Fernández (ver apartado crisis), el inicio de este audiovisual refleja que el espacio político liderado por Fernández habla solamente de propuestas para mejorar la ciudad. Dirigido a todos los virasoreños, queda reflejado el compromiso del espacio político para la concreción del Centro Universitario Municipal. (Ver Anexo 2).

Imagen.

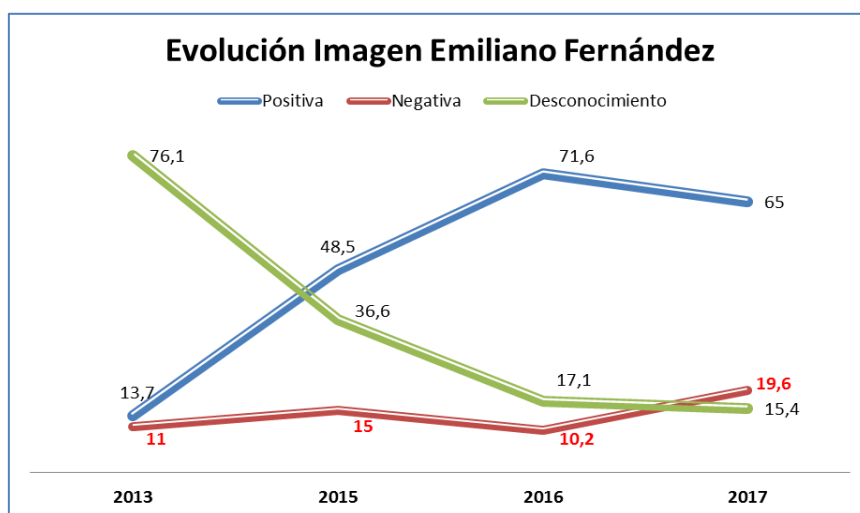
Destacando las características positivas de Emiliano Fernández se buscó generar una imagen del candidato única y homogénea, que brindara la sensación de frescura y juventud. Esta imagen se utilizó en todas las plataformas de promoción: vía pública, redes sociales, diarios y televisión (Ver Anexo). Lo que se buscaba era resaltar el contraste entre la figura de Emiliano Fernández y los demás candidatos, que

representaban a los partidos tradicionales. Contraponiendo lo nuevo contra lo viejo, el futuro contra el pasado, el trabajo ordenado y planificado contra la improvisación y poco orden. Esto se reflejaba en cada una de las actividades que emprendió el equipo de campaña.

Se evitó caer en mensajes recurrentes ya utilizados por un sinnúmero de candidatos: cambio, sumate, Gana, esperanza, más trabajo, equipo, etc. Se pretendía un mensaje distinto y directo que junto a la imagen del candidato se potenciarían: Emiliano Fernández “Para Transformar Virasoro”.

Crisis.

A 40 días de las elecciones, IPD S.R.L realizó una encuesta presencial, en la cual Emiliano Fernández superaba el 45%, sacando una ventaja de más de 20% al candidato oficialista Freddy Quijano. Por esos días, se presentó una denuncia penal en contra de Fernández, y quien radicaba la denuncia era una subalterna de la intendente de ese momento. Esta presentación totalmente infundada, sólo buscaba el desprestigio de del candidato. Si bien nadie quiere ser denunciado penalmente, ya que es una situación más que incómoda y desagradable, la decisión fue emitir una carta a los vecinos de Virasoro refutando la infundada denuncia y hablar solamente de lo que este nuevo espacio político proponía para la ciudad. La carta fue leída en radios, publicada en el diario local y en los portales digitales. Además de promocionar el escrito por todas las redes sociales. Los resultados fueron más que alentadores, un sinnúmero de comentarios dedicados a Emiliano, dándole fuerzas y ánimo. La pretendida campaña negativa de parte del oficialismo Radical le resultó a ese sector como un bumerán.



Fuente IPD Consultora S.r.l

Al tomar nota de la respuesta que recibió el candidato, se decidió realizar una campaña segmentada, dirigida a los afiliados del Radicalismo, buscando competir en el segmento del candidato mejor posicionado detrás de Fernández. Fredy Quijano, proveniente de la UCR, fue vice-intendente de la ciudad y ocupó cargos en la administración provincial y nacional. Era el candidato que de alguna manera podía

competir con Emiliano Fernández. Se emitieron más de 2000 cartas pidiendo el acompañamiento para emprender una verdadera transformación en la ciudad. Con la figura de Emiliano Fernández, se pretendía acercarse a un elector que en otra oportunidad votaría al oficialismo.

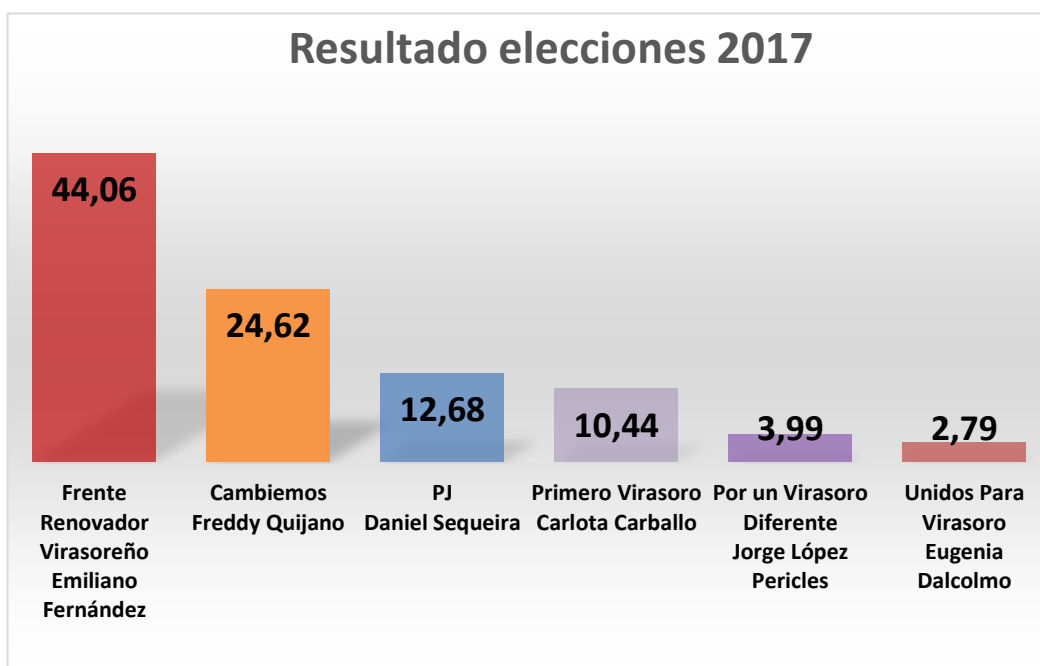
Última semana de campaña.

Teniendo en cuenta los datos suministrados por la encuesta realizada unos días previos a las elecciones, con un escenario prácticamente sin modificaciones, junto al candidato y al equipo de campaña se tomó la decisión de realizar solamente dos acciones. La primera acción, como cierre de campaña, fue la realización de una marcha por el centro de la ciudad de los candidatos, militantes y simpatizantes del frente local. “La ola roja”, a la que los vecinos se fueron sumando, contrastó con los cierres de otras fuerzas políticas, que incluyeron importantes grupos musicales y el acompañamiento de la estructura partidaria para la movilización.

La segunda y última acción fue la emisión de un spot, en donde el candidato en persona solicitaba el acompañamiento y el voto. Este spot se pautaó hasta el mismo día de las elecciones, ya que este tipo de anuncios no se enmarcaba en la veda electoral. (Ver Anexo 2)

### III. EVALUACIÓN / COMPROBACIÓN.

Desde el inicio de la consultoría entendíamos que era un trabajo de cuatro años, con una primera etapa de instalación (elección 2013), una segunda etapa de consolidación (elección 2015) y una tercera etapa: lograr el objetivo, ganar la intendencia (elección 2017) Se mantuvo la estrategia planteada desde un principio: a) ser un espacio local, en donde el vecino de la ciudad fuera el centro de referencia b) resaltar la figura de Emiliano Fernández, como el hombre joven, poseedor de la energía, el conocimiento y la fortaleza para encarnar la transformación que la ciudad necesitaba.



Fuente IPD Consultora S.r.l

VirasoroVirtual.com Home - Cla



A photograph of Emiliano Fernández, a man with a beard and short hair, wearing a red t-shirt with the text 'MARCA LA DIFERENCIA' on it. He is standing on the roof of a car at night, with his arms raised in a celebratory gesture. The background shows palm trees and some lights. A watermark 'VirasoroVirtual.com' is visible in the bottom left corner of the image.

### Aplastante victoria de Emiliano Fernández en Virasoro

↓ SUBIDO POR: VIRASOROVIRTUAL.COM, REDACCION © 2017-10-09 11:20:23 ⓘ INTERES GENERAL

Emiliano Fernández ganó por 20 puntos de diferencia al candidato del oficialismo local Fredy Quijano

COMPARTIR ESTA NOTICIA EN :

f t g+

<https://bit.ly/2GIOMzC> Fuente: Virasorovirtual.com

El triunfo fue contundente, la diferencia obtenida por Fernández fue de destacar, ya que un candidato que no pertenece a ningún oficialismo (Local, provincial o nacional), que no pertenece a ninguna estructura partidaria tradicional (UCR, PJ, Cambiemos, FPV, etc) haya ganado con una diferencia de 20% al candidato oficialista. Entendemos que este tipo de procesos es poco frecuente que suceda, no solamente por el triunfo sino también por la diferencia obtenida.

Hoy, a pocos meses de asumir como nuevo intendente de la Ciudad de Gobernador Virasoro, Emiliano Fernández goza de una imagen positiva del 81%. La aprobación de la gestión municipal ronda el 75%.