



# **REVISTA IMAGEN**

## **PREMIOS EIKON 2018**

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

**Subcategoría: 20.2 Comunicación política provincial**

**Campaña electoral: Legislativas 2017, Provincia de Misiones.**

### **CAMPAÑA ELECTORAL 2017**

#### **LUIS PASTORI DIPUTADO NACIONAL**

#### **“Cambiamos”**

**Personas a cargo de la campaña:**

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

**Encargado de la Comunicación:** Lic. Fernando Santa Cruz

**Diseño e Imagen:** Javier Sebastián Giménez

## **I INTRODUCCIÓN**

Luis Mario Pastori es un contador público nacional de 65 años de edad, con una larga trayectoria en la Unión Cívica Radical de la Provincia de Misiones, pero paradójicamente el primer cargo electivo que asumió fue como diputado provincial en el 2009. En 2013 Luis Pastori fue uno de los candidatos de la Unión Cívica Radical para disputar una banca en la Cámara de Diputados de la Nación, la que asume en Diciembre de 2013.

En el año 2015, siendo Diputado Nacional por la UCR, sufrió un traspie electoral como candidato a intendente de la ciudad de Posadas, quedando en el cuarto lugar, por detrás de dos candidatos oficialistas y de un sublema radical liderado por referentes de la nueva generación. Esto debilitó su imagen, impidiéndole ser considerado a priori como referente para encabezar un proceso electoral futuro.

El trabajo de consultoría comenzó en Diciembre de 2015, a fin de prepararlo para su objetivo de ser reelecto como Diputado Nacional en las elecciones legislativas del año 2017.

Entendíamos que todos los esfuerzos debían estar puestos en un período de precampaña. Durante el año 2016 crecían las versiones que las listas de Cambiemos se construirían a partir del consenso. Para ello, Luis Pastori debía estar en la consideración, no solamente del electorado, sino también de las autoridades del espacio Cambiemos.

Estaba claro que la nominación de Luis Pastori para un nuevo mandato legislativo nacional no iba a ser sencilla. Las disputas internas, y las aspiraciones lógicas de los demás dirigentes integrantes del espacio hacían que desde el equipo de Luis Pastori se debía ser rápido a la hora de establecer un diagnóstico preciso, de diagramar una estrategia y plan de acción para que en Mayo de 2017, mes donde se dirimirían las candidaturas, la figura de Pastori esté en consideración de todos.

## **II. EJECUCIÓN**

### **Objetivos del plan de Comunicación:**

- a) Reposicionamiento de Luis Pastori: Buscar alcanzar niveles de aceptación e imagen positiva en toda la provincia.
- b) Priorizar las 14 ciudades más importantes (más del 70% electorado aprox.)
- c) Contar con presencia territorial y comunicacional en estos otros municipios.
- d) Lograr que la figura de LUIS PASTORI sea el PRIMUS INTER PARES...
- e) Contacto fluido y cotidiano con dirigencia local y medios de comunicación.
- f) Llegar a Marzo de 2017 y que LUIS PASTORI sea la figura más relevante dentro del grupo de dirigentes opositores: Ziegler, Pastori, Schiavoni, González, Pianesi.

## **A. Medición y planeamiento.**

A fin de establecer las bases para la estrategia y los métodos con que se encararía la comunicación, la Consultora realizó una primera medición en la Provincia de Misiones. Los datos reflejaron la polarización evidente entre dos grandes identidades: FPV / Cristina Fernández de un lado y Cambiemos / Mauricio Macri del otro. La preferencia por Cambiemos resultaba muy superior a la del PRO, UCR y Coalición Cívica por separado, e incluso las englobaba.

Del primer estudio cuantitativo que se realizó en toda la Provincia, se determinó un fuerte crecimiento de la marca Cambiemos, que superaba los 40% de intención de voto. A esto se consideró la imagen positiva aceptable de Pastori. La ciudad de Posadas, capital de la provincia y con un peso electoral de más de un tercio de los votantes, era la circunscripción electoral en donde más penetraba la figura de Luis Pastori y del frente Cambiemos.

La estrategia comunicacional se diseñó desde el primer momento en torno al objetivo político de Luis Pastori: ser reelecto en el mandato nacional, en un contexto adverso para su figura. Para ello se establecieron dos condiciones básicas:

- Mimetizarse con la marca Cambiemos, pero con impronta propia.
- Priorizar el trabajo a nivel local, en los municipios más importantes de la provincia
- Ser el portavoz de las acciones del gobierno nacional.

## **B. Estrategia comunicacional.**

En diciembre de 2015, se definió que la comunicación de Luis Pastori debía “mimetizarse” con la de Cambiemos, nuestro mensaje interno para que todo el equipo diera cuenta del rumbo era, “El Norte es Cambiemos”, todo esto sin dejar de lado la impronta propia, resaltando las fortalezas y propuestas de Luis Pastori dentro del espacio Cambiemos. Era necesario hablar como Cambiemos, para hacer encontrar o reencontrar a Pastori con el simpatizante de Cambiemos.

Tuvimos en cuenta el peso electoral de cada ciudad, por ello se realizaron actividades casi con exclusividad de reposicionamiento en los catorce municipios más poblados de la Provincia de Misiones, los cuales representan el 72% del electorado, a través de visitas a los vecinos, el llamado “timbreo” que mutó en “mateada con Luis” (fotos en anexo) y actividades presenciales, llamados telefónicos focalizados y entrevistas en medios de comunicación, principalmente radios locales.

La visita de Luis Pastori a cada uno de estos 14 municipios, lo entendíamos como un desembarco, en donde buscábamos que la mayor cantidad de personas se anoticiaran de su visita, promocionando un tema de interés para el lugar que visitaba. (en Anexo II)



### C. Comunicación multimedial.

Se definió llevar adelante una comunicación multimedial, mass media y social media, buscando presencia en radios, diarios impresos y digitales, TV, redes sociales, envío de correos electrónicos y mensajes de WhatsApp. Con respecto a los medios tradicionales, se priorizaron los medios de comunicación de alcance provincial y los de mayor presencia en cada uno de esos municipios. Se pautó en Facebook y Google Adwords, promocionando la visita a los municipios y el anuncio de medidas beneficiosas para los mismos. (Ver anexo II)

Se implementó un esquema de funcionamiento que se desarrolló en tres etapas:

- Posicionamiento del Candidato.
- Consolidación de la candidatura.
- Consumación del Objetivo.

**\*Posicionamiento del Candidato** (Marzo/Diciembre 2016).

Mientras los demás dirigentes insistían en aferrarse a la estructura partidaria tradicional, Luis Pastori y el equipo de comunicación teníamos muy en claro la premisa “el norte estratégico es Cambiemos”.

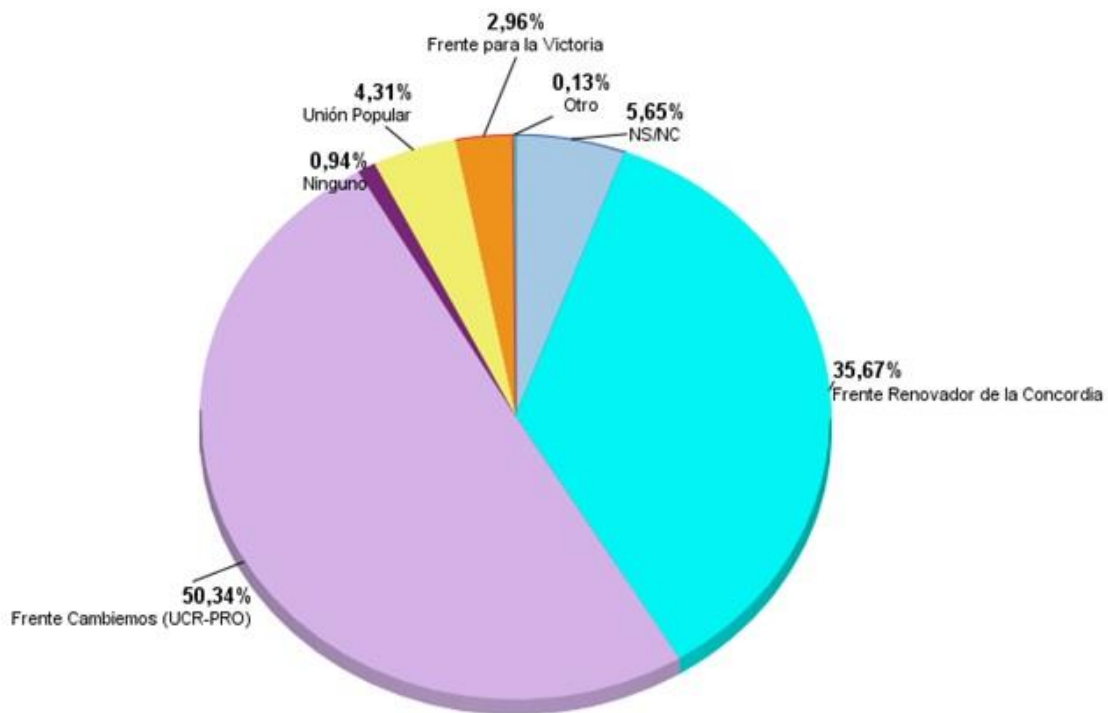
En esta primera etapa, se realizaron las siguientes actividades:

- Difusión a través de comunicados de prensa y videos en Facebook de las intervenciones de Luis Pastori en la Comisión de Presupuesto y Hacienda y en el recinto de la H. Cámara de Diputados.
- Envío de boletines informativos: Daban cuenta de las actividades que Pastori realizó en la semana. Para estos envíos, se confeccionó una base de mails y celulares, en donde estaban periodistas, medios de comunicación, dirigentes de Cambiemos de cada una de las ciudades, concejales, diputados (lo que hoy día se denomina círculo rojo).
- Difusión a través de comunicados de prensa en los medios tradicionales y de imágenes y gráficos en las redes sociales de los datos positivos de la economía, contrastando con las medidas tomadas por el gobierno nacional anterior. Difusión de las medidas que implican mejoras para los principales municipios.
- Visita a los catorce municipios, y a otros municipios a pedido de dirigentes locales. En cada visita se llevaba adelante una agenda de actividades que en la mayoría de los casos era de la siguiente manera: agenda de medios por mañana, almuerzo con dirigentes locales de Cambiemos al mediodía, agenda de reuniones por la tarde con sectores de la sociedad civil y del municipio, y como actividades de cierre una reunión abierta con afiliados y vecinos, charla que siempre era promocionada a través del Facebook, y fueron conocidas como “Mateada con Luis”.

Esta etapa culminó con una encuesta provincial en diciembre de 2016. Se pudo verificar el acierto de la estrategia ya que se incrementó la imagen positiva Luis Pastori, con más del 47% de aprobación. Y en la ciudad e Posadas, la intención de voto a al espacio Cambiemos superaba 50%.

| Imagen Luis Pastori |            |
|---------------------|------------|
|                     | Porcentaje |
| NS/NC               | 27,2       |
| Muy Mala            | 3,1        |
| Mala                | 22,3       |
| Buena               | 44,5       |
| Muy Buena           | 2,8        |
| Total               | 100,0      |

Fuente: Lic. Cristian Solmoirago / IPD SRL. Encuesta Sobre la base de 1000 casos en toda la provincia



Fuente: Lic. Cristian Solmoirago / IPD SRL. Encuesta Sobre la base de 350 casos, ciudad de Posadas.

#### **\*Consolidación de la candidatura (Febrero/Mayo 2017).**

El año político del 2017 se inició con mucha intensidad, principalmente por las especulaciones de las candidaturas, y en ese aspecto Luis Pastori se encontraba bien posicionado, tras un 2016 con una presencia destacada en el Congreso Nacional e identificado con Cambiemos. Había que consolidar lo iniciado en 2016, y en ese sentido se repitieron a grandes rasgos las actividades del 2016:

- 1)-Difusión de intervenciones de Luis Pastori en el Congreso, a través de comunicados de prensa y redes sociales
- 2)-Difusión de datos positivos del gobierno de Cambiemos a través de las redes sociales, boletín informativo y comunicados de prensa.
- 3)-Visita a los 14 municipios más importantes e interacción con organizaciones locales y charlas abiertas con vecinos.
- 4)-Difusión de datos de interés para los 14 municipios más importantes.

Durante esta etapa, pudimos constatar que la visitas del 2016 generaron sus frutos.: 1)-mayor confianza con los dirigentes locales; 2)-un contacto fluido con los medios de comunicación locales: 3)- mejora de vínculos con referentes locales (muchos pedidos y gestiones del 2016 pudieron ser resueltos). 4)-crecimiento en las encuestas.

#### **\*Consumación del Objetivo del Candidato (Junio/Octubre 2017)**

Elecciones PASO y elecciones Generales Unificadas con las Provinciales

Después de la confirmación de la candidatura de Luis Pastori a diputado nacional por el Frente Cambiemos, el trabajo de la consultoría se amalgamó al trabajo de Cambiemos a nivel nacional y provincial, y por ese motivo la etapa que va de Junio a Octubre de 2017, podemos denominarla de “Estrategia Nacional”.

Esta etapa se comenzó con las negociaciones por las candidaturas y debates sobre si los partidos de Cambiemos conformarían una lista única de consenso o se conformaría a través de las PASO. Fue un mes de mucha incertidumbre, en donde finalmente se impone la buena imagen pública y el rol nacional que tenía Luis Pastori, siendo elegido único pre candidato a diputado nacional por el Frente Cambiemos, junto a Humberto Schiavoni, elegido como único pre candidato a senador nacional. Como habíamos observado en diciembre de 2015, la sociedad se encontraba polarizada en sus preferencias en dos opciones, Frente para la Victoria y Cambiemos, con lo cual, con la confirmación de la pre candidatura ya era previsible la reelección de Luis Pastori.

Sin embargo había que iniciar la campaña, y en ese marco el equipo de consultoría de Luis Pastori se adhirió al equipo provincial y nacional del Frente Cambiemos, con quienes se trabajó en conjunto haciendo hincapié, entre otras cuestiones, en: 1)-la identificación de los candidatos con el presidente Mauricio Macri (nacionalización de la campaña); 2)-la visita a los 14 municipios (que Luis Pastori en un año y medio había visitado en 2 y 3 oportunidades), y 3)- en la presencia en las redes sociales, con mensajes e imágenes de cercanía a la población, y con spots tratando de mostrar “el lado humano” del candidato.

Esta etapa que se corresponde con la campaña electoral, tiene a su vez dos sub etapas, las PASO y la general, en donde en la primera, se ratifican las previsiones de las encuestas sobre una elección polarizada en dos grandes ofertas, mientras en la segunda etapa, esa tendencia se consolida aún más, mostrando un crecimiento de las dos principales fuerzas, que no logra revertir la tendencia que ubica al Frente Renovador en primer lugar, y al Frente Cambiemos en segundo.

Una diferencia importante es que Misiones no tiene PASO, por ese motivo si bien adhirió su calendario electoral provincial con el calendario nacional, durante las PASO solo compitieron en Misiones los candidatos nacionales, y recién en la general compitieron también los candidatos locales en 13 municipios. Con lo cual, durante las PASO el esfuerzo de los candidatos nacionales fue mucho mayor, ya que en las generales, se pudo realizar un trabajo de agenda conjunta con los candidatos locales.

### **III. EVALUACIÓN / COMPROBACIÓN.**

Se realizaron tres estudios cuantitativos en todo el proceso de pre-campaña, donde se corroboraba la estrategia y el plan de acción elaborado en conjunto con el candidato, el equipo de comunicación y la consultora. La estrategia permitió que Luis Pastori rápidamente se convirtiera en la voz de la dirigencia del espacio de Cambiemos, requerido por todo el periodismo provincial, además de ser el dirigente provincial del frente que se reunía y dialogaba con los dirigentes de Cambiemos de toda la provincia. Todas las energías y recursos estuvieron puestos en este período. Sabíamos que lo más importante era esta etapa.

Se cumplieron todos los objetivos fijados en el inicio de formación del plan de comunicación, donde el último punto aspiraba a que Luis Pastori llegara a Marzo de 2017 siendo el dirigente de Cambiemos de mayor relevancia.

Podemos concluir que fue un acierto mimetizarse e identificarse desde el principio con la imagen de Cambiemos, manteniendo sin embargo un perfil propio, es decir sin tener un rol pasivo de mera reproducción de noticias y mensajes del gobierno nacional, sino con un rol activo, con agenda propia y con generación de ideas y propuestas propias que se hicieron noticia de los medios de comunicación tradicionales, y que tuvieron difusión planificada y estratificada en las redes sociales.

Sus intervenciones en el Congreso desde su rol en la Comisión de Presupuesto y Hacienda, y la difusión de datos positivos del gobierno nacional, son los principales ejemplos de cómo Luis Pastori procuró identificarse con Cambiemos.

También fue un acierto iniciar la campaña en 2016 priorizando con exclusividad la visita y difusión de actividades en los 14 municipios más importantes en términos electorales. La repetición de esas visitas en los primeros meses de 2017, reforzó la presencia de Luis como referente y voz de Cambiemos, y facilitó su elección como pre candidato a diputado nacional, sin que ninguna figura de peso pueda oponerse ni enfrentarse en una PASO.

En mayo de 2017, el espacio Cambiemos de Misiones, como en casi todo el País definió sus listas de legisladores nacionales a través del consenso. En Misiones el que encabezó la lista de diputados nacionales fue Luis Pastori, garantizándose así, su mandato hasta 2021.

**Luis Pastori**  **Cambiemos**

---