

**Número y nombre de la categoría:**

Categoría 20.1. Comunicación de gestión de Gobierno nacional

**Título del programa o caso:** Difusión de la encuesta de CEIL-Conicet sobre religiones en Argentina

**Nombre de la compañía o institución:** CEIL - Conicet

**Consultora de comunicaciones que desarrolló el plan:** MagmaComms

**Persona responsable del plan de comunicación:** Fernando Guevara, Agustina Dergarabedián, Carolina Boitier.

**Síntesis del propósito del programa**

Dar a la *Segunda Encuesta Nacional sobre Creencias y Actitudes Religiosas en Argentina*, realizada por CEIL-Conicet, una visibilidad a nivel nacional que realce la importancia de sus resultados y su enorme valor científico.

## Contenidos

1. Introducción o “¿Desde dónde partimos?” .....	2
2. Propuesta de la campaña: “El bosque y el Árbol” .....	5
3. Desarrollo: “Vamos por partes” .....	6
4. Resultados: “10 indicadores de éxito” .....	9

## 1. Introducción o “¿Desde dónde partimos?”

Creado por el Decreto Ley 1291 en 1958, el Conicet es el principal organismo dedicado a la promoción de la ciencia y la tecnología en Argentina, en el que se desempeñan más de 10.000 investigadores y 10.000 becarios de doctorado y posdoctorado con presencia a nivel nacional en 16 Centros Científicos Tecnológicos (CCT), 11 Centros de Investigaciones y Transferencia (CIT), un Centro de Investigación Multidisciplinario y más de 300 Institutos y Centros exclusivos y de doble y triple dependencia con universidades nacionales y otras instituciones.

El Programa Sociedad, Cultura y Religión del Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL) de Conicet había realizado en 2008 la Primera Encuesta Científica Nacional sobre Creencias y Actitudes Religiosas en Argentina: religión en movimiento. Se trata del único estudio de carácter censal que existe en el país que tiene a las creencias y a la fe religiosa en el centro de su análisis, dado que desde 1960 que el país no incluye consultas de este tipo en sus censos nacionales.

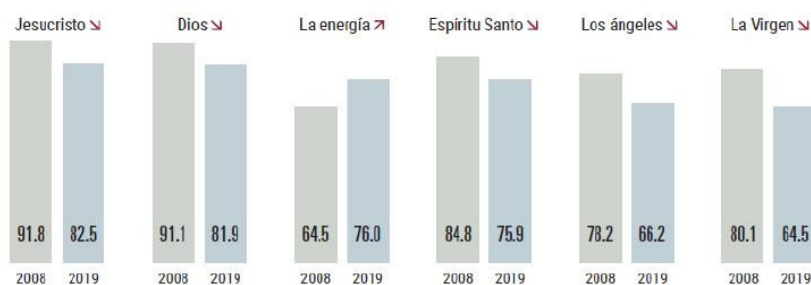
Presentado a la prensa y a la sociedad en general ese mismo año, este estudio científico tuvo una fuerte repercusión, pero con poca extensión en el tiempo: el informe fue tapa de La Nación, El Cronista y Página/12, entre otros medios de la Ciudad de Buenos Aires, gracias a la fortaleza informativa del material, pero la repercusión quedó limitada y su difusión quedó circunscripta a la demanda espontánea que hicieron algunos medios por aquel entonces.

### Ranking de creencias 2008 vs 2019

A raíz de las transformaciones en las adscripciones religiosas, se observa una merma de la fe en la Virgen, los santos y los ángeles. En una década, aumenta la creencia en la energía y la astrología. El Diablo se mantiene.

#### ¿Usted cree en...?

Total país. Datos en % de creencias relevadas en 2008 y 2019



**En la imagen se ve uno de los cuadros del informe de 2019.** Uno de los temas de conversación de la campaña fue la variación de datos entre el informe de 2008 y los de 2019.

En 2019, CEIL concluyó la elaboración de la Segunda Encuesta Nacional sobre Creencias y Actitudes Religiosas en Argentina: religión en movimiento. Esta vez, con un contexto completamente distinto. El informe debía ser presentado el 19 de noviembre de 2019, un año en el que el país acababa de elegir a un nuevo Poder Ejecutivo Nacional, con la renovación de la mayoría de las gobernaciones y la mitad del Congreso Nacional, hechos que marcarían un período de transición entre dos fuerzas políticas en un contexto de alta volatilidad cambiaria y con la preocupación de la sociedad por la recesión económica.

### Principales preocupaciones

» Sondeo nacional en 1.241 casos, Noviembre 2019. En %

¿CUÁLES SON PARA VOS LOS TRES PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA ARGENTINA?



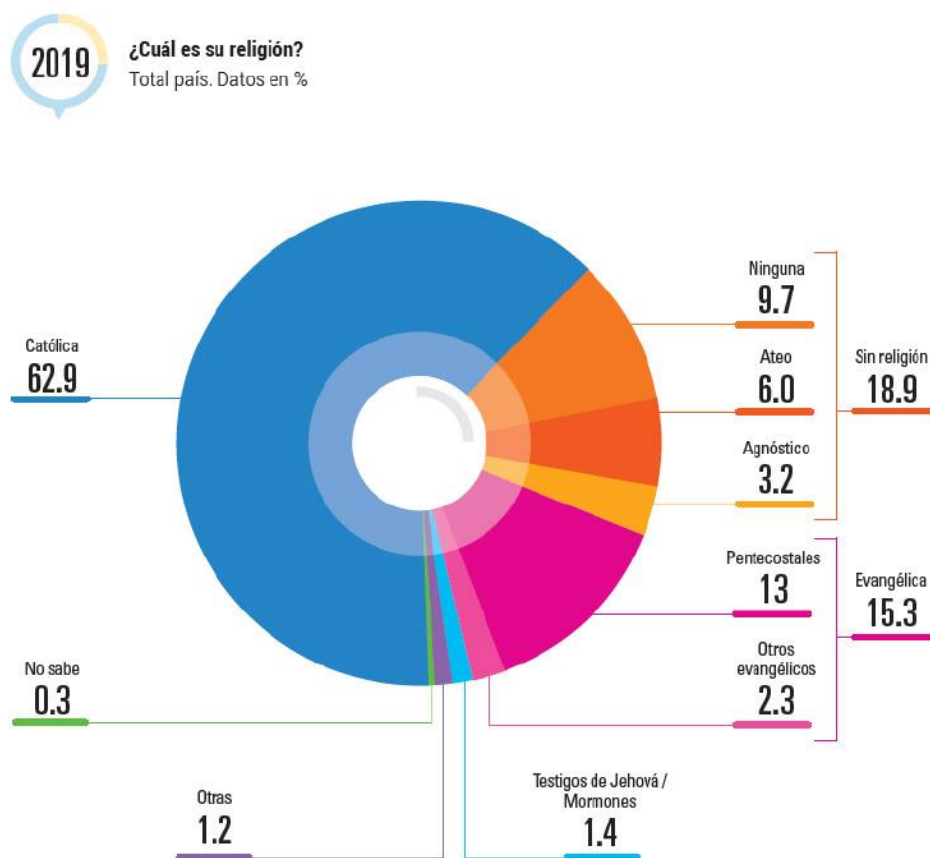
Fuente: MARKETING & ESTADÍSTICA

CLARIN

El objetivo, entonces, fue dar visibilidad al informe, a su carácter científico, al valor que tendría darle continuidad y, de modo equilibrado, a los principales investigadores sociales que trabajaron en él, aún pese a lo dinámico y complejo del contexto. El parámetro de éxito, los resultados de 2008 en prensa. Para preparar la estrategia, los materiales y llegar a la prensa, el proyecto tuvo tan sólo cinco días hábiles.

## Adscripción religiosa en Argentina

El catolicismo conserva una mayoría atenuada. 2 de cada 10 habitantes de Argentina se definen sin religión. Las y los evangélicos representan el 15.3%.



## 2. Propuesta de la campaña: “El bosque y el Árbol”

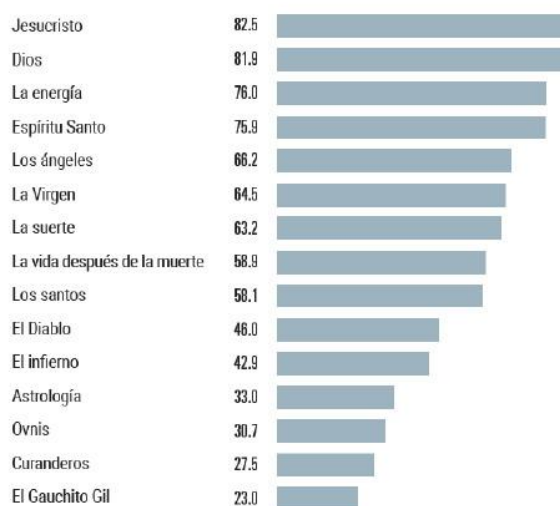
Con más de 72 páginas de información, marco metodológico, referencia de los investigadores y la respuesta de más de 2.420 casos analizados, ¿Cómo concentrar todo ese material en un único comunicado de prensa o en 60 minutos para una conferencia de prensa? ¿Por qué generar un único impacto, en un contexto donde el ciclo de la vida de la noticia no superaba las 24 horas promedio? ¿Por qué no buscar un pico de visibilidad con una alta capilaridad al mismo tiempo? ¿Cómo lograr dar realce a la calidad de la información, la diversidad de los enfoques y la originalidad de los planteos contenidos en el informe en tan poco tiempo?

Estos fueron los disparadores por los cuales se decidió poner el foco de la campaña tanto en su exposición como en la extensión del ciclo de vida de la conversación sobre el informe, ampliar el número de oportunidades para los voceros y superar la idea de un único comunicado de prensa del estilo “Se lanzó la *Segunda Encuesta anual sobre Creencias y Actitudes Religiosas en Argentina*”. Así, se propuso un plan sistemático, organizado y programático de trabajo. Se planteó una planificación apoyada en la riqueza de los contenidos y en los intereses noticiosos puntuales de los medios de comunicación de acuerdo a su estilo, su naturaleza o la geografía en que se desempeña con la meta de alcanzar cobertura en todas las capitales de los 23 distritos que componen la geografía de Argentina y superar al menos los 15 días de conversación sobre el informe.

### Ranking de creencias

Prevalecen las creencias de la cultura cristiana junto con la energía.

2019 ¿Usted cree en...?  
Total país. Datos en % de respuestas afirmativas



### 3. Desarrollo: “Vamos por partes”

**Primer paso:** El armado y la planificación se efectuaron en apenas cinco días: fue el tiempo disponible entre el cierre del informe de CEIL-Conicet y la fecha estipulada para la conferencia de prensa de presentación de la Encuesta, la que había quedado definida por la agenda de viajes de trabajo de los principales investigadores del equipo. Los plazos no eran negociables o adaptables.

Como primera medida, se formalizó la convocatoria a la conferencia de prensa, se realizó un mapa de medios a nivel nacional que diera continuidad a los resultados de 2008 y a nivel provincial, para alcanzar la capilaridad necesaria de acuerdo con los objetivos. El resultante de dichos mapas se distribuyó entre los voceros del equipo de investigación y cada uno de ellos contó con una persona de apoyo dentro del equipo de comunicación.

Se analizaron los puntos más llamativos y de mayor permeabilidad en la coyuntura de entonces o con altísimo nivel de interés y de enorme sensibilidad social, como la baja en el número de cristianos en algunas regiones del país o las actitudes de los ciudadanos argentinos o la falta de estadísticas confiables respecto de la posición de los argentinos sobre el aborto o la pena de muerte.

En simultáneo, a los voceros se les brindaron recursos y detalles de utilidad para lograr una voz común sobre el informe, el equipo y los resultados obtenidos, respetando a la vez las particularidades de cada uno ellos y sus propios estilos.



**Segundo Paso:** Se buscó el ángulo informativo propio de cada medio para poder acercar el dato del informe que más se correspondiera con su audiencia, tanto para medios impresos como para medios digitales. Y en todos los casos se puso a disposición de los periodistas una carpeta de libre acceso al informe en su totalidad, para no generar un cuello de botella ni dependencia del equipo de comunicación para la resolución de consultas.

El equipo de comunicaciones, distribuido en dos células, dio apoyo en la conferencia de prensa realizada en el barrio de Almagro a la que asistieron más de 30 personas y, en paralelo sobre el cierre de la misma, otro equipo en Retiro trabajó en la distribución del material.

**Página 12**  
 Edición Nacional de Actitud y Valor  
 El catolicismo en retroceso  
 Furores militares y activista cooperan contra una emboscada y a la hora de combatir en el Mar y las costas de Mar del Plata.  
 Represión y muerte  
 Aberto Fernández se puso al frente de la negociación con el FMI. Habló por teléfono con la titular del organismo, Kristalina Georgieva, a la que le aseguró que Argentina propondrá "un plan de pagos que podemos cumplir, pero sin más ajuste".  
**TELÉFONO ROJO**  
 INSULTOS  
 Aberto Fernández se puso al frente de la negociación con el FMI. Habló por teléfono con la titular del organismo, Kristalina Georgieva, a la que le aseguró que Argentina propondrá "un plan de pagos que podemos cumplir, pero sin más ajuste".  
 7 Un gobierno que se cocina a fuego lento por Fernando Cidre  
 13 La semana por los de los por Seta Carani  
 40 Hacia Retiro, por Fernando Tardío

**EL LITORAL**  
 INFORME DEL CONITE SOBRE LOS ÚLTIMOS 11 AÑOS  
**La Región Centro registra una caída del catolicismo del 13,5%**  
 Área Metropolitana P. 14 Argentina reduce su población católica cada un 15% entre el 2008 y el 2019. La caudata llevada a cabo por el organismo de investigación señala que el 30,9% de las personas consultadas afirman no tener ninguna religión. Se destaca un crecimiento de evangélicos superior al 6%. Creencias y prácticas religiosas, aborto, eutanasia y drogas, otras temáticas abordadas en el estudio.  
 ALDEA GLOBAL / P. 20 Bolivia: siguen las muertes y la represión  
 AL CIERRE Caso Frutos: imputaron a los dos detenidos por el crimen en Villa California  
 EN FOOD / P. 2 Lifschitz ratificó que enviará "en las próximas horas" el Presupuesto 2020

**LA NACION**  
 Contrapunto por el ajuste fiscal en el primer diálogo entre Fernández y la titular del FMI  
 Vuelven los formularios a la General Paz  
 Capital 67% la cantidad de cadáveres en enterrados

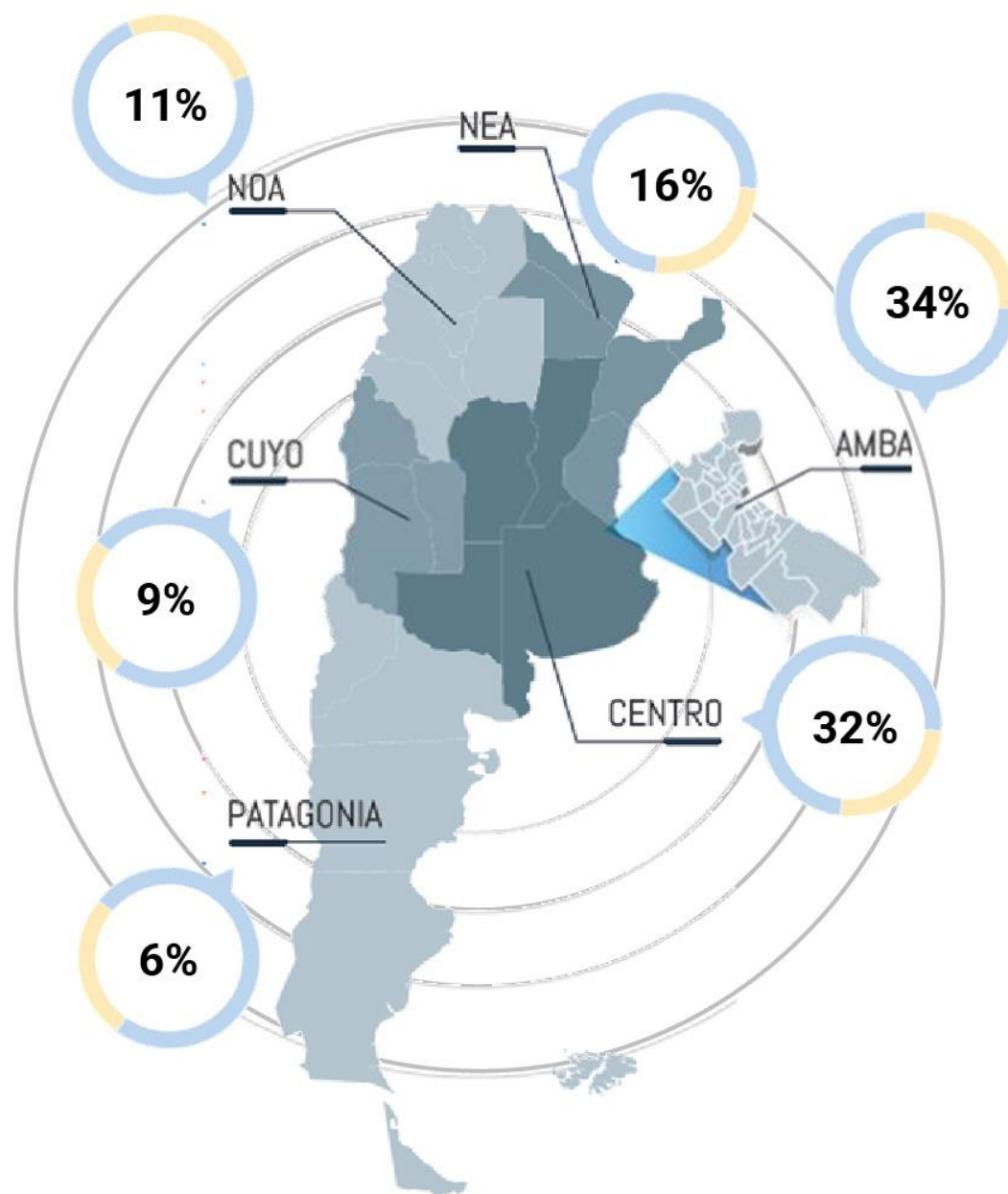
**SOCIEDAD**  
 En 11 años, cayó 13 puntos la cantidad de argentinos que se asumen como católicos  
 El informe del CONITE muestra que el 30,9% de las personas consultadas afirman no tener ninguna religión. Se destaca un crecimiento de evangélicos superior al 6%. Creencias y prácticas religiosas, aborto, eutanasia y drogas, otras temáticas abordadas en el estudio.

**EL CIUDADANO**  
 La Biblia y el calefón  
 -50% EN SUPERMERCADOS  
 Banco Municipal



**Tercer Paso:** De modo ágil y con la distribución de los equipos en células, se revisó la evolución del plan y de las tareas tres veces al día durante 96 horas desde el momento en que fue presentado el informe, respondiendo a las demandas y consultas y gestionando otros espacios con mayor proactividad, tanto en medios gráficos, radiales y televisivos.

## Cobertura por región



**Cobertura por Región.** Distribución geográfica del total de hits registrados sobre la plataforma de Global News para el período 18 de noviembre de 2019 al 30 de diciembre del mismo año, incluyendo medios gráficos online e impresos. Más de 250 medios tomaron el tema en algún momento del período.

## 4. Resultados: “10 indicadores de éxito”

El plan de comunicación y su implementación permitieron alcanzar los siguientes indicadores de gestión:

1. **Posicionamiento:** Se contribuyó al posicionamiento del Conicet como faro científico argentino y se consolidó la idea de que las ciencias sociales tienen un valor relevante en el universo de la investigación. [El Estado nacional decidió volver a incluir las preguntas sobre religión y creencias para el Censo 2020, consultando al mismo equipo técnico que elaboró los informes de 2008 y 2019, por primera vez desde 1960.](#)



Fuente: Archivo

En una prueba piloto se incorporó un tema que no figuraba desde el operativo de 1960, hace 60 años

Mariano De Vedia

24 de enero de 2020

Comentar (5) Me gusta Compartir

"¿Cuál es su religión?", una pregunta considerada casi tabú en los censos de población realizados en los últimos 60 años en la Argentina, va camino a ser incluida en el próximo operativo que el Indec tiene previsto realizar en octubre de este año.

**Diario La Nación, del 24 de enero de 2020.** Se informa que el Gobierno Nacional incluirá preguntas sobre religión y creencias en el Censo 2020 y trabaja junto con el equipo de investigadores del CEIL que lideró las dos ediciones del informe.

2. **SEO Orgánico:** A más de 8 meses desde presentado el informe, cuando se busca en Internet “Religión Argentina”, los resultados orgánicos que se obtienen reflejan fragmentos del informe con referencia al CIEL.
3. **Ciclo de Vida:** Desde la presentación del informe, el 19 de noviembre, los medios mantuvieron la conversación sobre el material al menos hasta el 20 de diciembre del mismo año (30 días totales), con menciones al informe inclusive en la misma semana del cambio de autoridades en el Poder Ejecutivo Nacional.
4. **Volumen:** Durante este período de 30 días, se logró registrar al menos 460 referencias únicas al informe, tanto en medios gráficos impresos y online como en radio y televisión.
5. **Cobertura distrital:** Se obtuvieron referencias al estudio en **todas las provincias** del país, una de las metas definidas inicialmente
6. **Cobertura federal:** El 65% de esa cobertura correspondió a medios fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires, (AMBA) y en total alcanzó un mínimo de 78 millones de personas a nivel país; es decir que el mensaje llegó al menos 1,7 veces por habitante.
7. **Conferencia de Prensa:** A la conferencia de prensa de lanzamiento asistieron 30 periodistas, una cifra notable considerando que los medios estaban enfocados fuertemente en el inminente traspaso de mando presidencial, el sitio de la conferencia fue el barrio de Almagro y la actividad estaba citada para las 11.30 de la mañana del 19 de noviembre.
8. **La “no” grieta:** Las apariciones se produjeron en medios que ocupan todo el arco ideológico de la llamada “grieta”.
  - a. **La Encuesta llegó a las tapas de La Nación y de Página/12 y tuvo una nota de doble página en Clarín, y diarios del interior del país.**
9. **Valor comercial:** El espacio dedicado a los medios superó los 50 millones de pesos de equivalencia publicitaria.
10. **Llegar a Doña Rosa:** En medios televisivos se lograron participaciones en TN, C5N, A24, LN+, América, NetTV, Telefé, Crónica y la TV Pública.

