

# PREMIOS EIKON 2021

## A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN

CATEGORÍA 18: *PUBLICACIONES  
INSTITUCIONALES/MULTIMEDIA*

*18.2 BRAND FILM*

**“HISTORIAS QUE CONECTAN”**

Camuzzi - Gerencia de Relaciones Institucionales

RDP – Productora de contenidos

Feed The Media, agencia creativa

## **PASADO Y PRESENTE CONECTADOS**

Somos la mayor distribuidora de gas natural de la Argentina en términos del volumen de energía que distribuimos anualmente a nuestros usuarios. Más del 25% de la demanda anual de gas natural del país está concentrada en el ámbito de concesión de Camuzzi.

Nuestras operaciones cubren el 45% del territorio nacional a través de dos regiones contiguas. Bajo un complejo sistema de gasoductos de transporte, ramales y redes de distribución que supera los 50.000 km lineales de extensión de cañerías, cifra equivalente a 3 veces la distancia entre Buenos Aires y Tokio, abastecemos a más de 2.000.000 de usuarios de siete provincias del país: Buenos Aires, La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Hace aproximadamente 2 años, iniciamos un proceso de transformación del negocio y muy especialmente de la manera mediante la cual nos vinculábamos con nuestros stakeholders. Estar más cerca y conectados, comenzaron a ser los pilares vectores de la actividad diaria.

La compañía tiene un fuerte posicionamiento local. Distribuimos gas natural, un recurso fundamental para las más de 300 localidades del país en donde estamos presentes y de gran importancia para el desarrollo sustentable de su gente, el comercio y la industria.

Todas estas ciudades tienen sus historias. Historias que han definido su esencia y han marcado la huella en el camino de su destino. Pero esas mismas historias muchas veces guardan detalles que no suelen ser tan conocidos y que ayudan a entender con más certeza sus rasgos distintivos. Aspectos que, al conocerlos, nos permiten conectar con su pasado, pero también con el presente y con un valor que nos engloba a todos como argentinos, más allá del tiempo y las geografías que nos separan físicamente: nuestro ADN, nuestra propia identidad.

Estar más cerca, ser mucho más que la energía que distribuimos y encontrar nuevos puntos de conexión con nuestros usuarios se transformaron en desafíos que comenzaron a guiar el accionar de Camuzzi.

Y fue así como, bajo la idea de vincularnos cada vez más, nació **“HISTORIAS QUE CONECTAN”**, una iniciativa que buscaba rastrear en ese pasado, en las raíces y orígenes de muchas de las ciudades en las que brindamos servicio, para traer al presente esos datos tan propios que han generado sentido de pertenencia y orgullo, pero que también ayuden a posicionar a Camuzzi como una organización cercana con cada una de esas comunidades.

**“HISTORIAS QUE CONECTAN”** es un reflejo de cómo un gran universo de personas se vincula entre sí, no solo a través de las cañerías de gas que acercan esa energía tan necesaria para la vida cotidiana, sino también mediante la historia de muchas ciudades de las que somos parte o conocemos.

Tal como expresó el Premio Nobel de Literatura Jose Saramago *“Hay que recuperar, mantener y transmitir la memoria histórica, porque se empieza por el olvido y se termina en la indiferencia”*

Hacia allí nos dirigimos con esta iniciativa.

## **LA HISTORIA DE POR SÍ ES FASCINANTE, PERO CUANDO ESTÁ BIEN NARRADA ES MÁS INTERESANTE AÚN**

¿Cómo hablar de hechos históricos sin aburrir?, ¿cómo evitar caer en relatos por todos conocidos? ¿cómo llegarle a la gente y captar su atención en un contexto de hiperinformación y exceso de pantallas? Teníamos un gran desafío por delante...

Todos esos interrogantes nos llevaban a una sola persona: Daniel Balmaceda. Y fue así que, junto al reconocido escritor, comenzamos a reflatar los recuerdos de sus múltiples visitas a distintos puntos del país y a encontrar aquellos detalles anecdóticos, curiosos y no tan conocidos de ciudades como **Chascomús, Mar del Plata, Azul, Bahía Blanca, Santa Rosa, Bariloche, Neuquén, Comodoro Rivadavia, Río Gallegos y Ushuaia.**

Ciudades que se integran en un mosaico de momentos únicos de nuestra historia como nación, pero especialmente, de nuestro presente como empresa prestataria del servicio público de distribución de gas.

El viaje al pasado no solo estaría asociado a la propia historia que teníamos para contar, sino también al hábito que solía ser parte de la forma en que antiguamente veíamos televisión. No hace tanto tiempo atrás los documentales, las novelas, las series, se presentaban semanalmente, en un día y horario definido. La familia se reunía frente a la pantalla para descubrir juntos un nuevo episodio de su tira favorita.

Y este mismo hábito de consumo fue que el buscamos proponer con nuestra iniciativa: cada capítulo de **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** se estrenaría los días jueves a las 18 horas solo que, en estos tiempos que corren, la pantalla ya no sería la TV, sino la FANPAGE de Camuzzi en Facebook.

Se trataría de una microserie, protagonizada y narrada por el propio escritor, de 10 capítulos de entre 3 y 5 minutos de duración a través de los cuales- jueves tras jueves- la audiencia iría conociendo las particularidades de distintas ciudades en donde brindamos el servicio.

El camino se inició en la provincia de Buenos Aires. **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** dijo presente en la ciudad de **Azul**, en donde recorrimos la historia de su Iglesia catedral, una construcción que, con sus 114 años de vida, ha definido a la ciudad. Pero también la del Teatro Español, por cuyos escenarios se presentaron Blanca Podestá, Tita Merello, Libertad Lamarque y Carlos Gardel, entre otros.

La travesía continuó con destino a la Costa Atlántica y de camino nos detuvimos en **Chascomús** para conocer las curiosidades de su emblemática laguna y de cómo la comunidad local buscó fomentar el turismo a partir de sus tan conocidas orillas. Finalmente llegamos a **Mar del Plata**, en donde pudimos conocer junto a la audiencia, las peripecias de su tan famosa rambla a lo largo del tiempo, hasta su construcción definitiva y de hormigón que hoy conocemos, con sus clásicos lobos marinos en piedra.

El viaje de **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** no se detuvo allí. Muchas historias más nos esperaban. La siguiente parada fue **Bahía Blanca**, en donde nos sumergimos en los orígenes del centro judicial, creado para dar respuesta a las causas que hasta el momento tramitaban en Buenos Aires y justamente por esa riqueza que tiene nuestra historia, descubrimos que el encargado de entregar

las piezas postales por aquel momento era ni más ni menos que el aviador francés Antoine de Saint Exupéry. **Sí, el Principito también fue parte de este gran viaje.**

Luego de recorrer algunos kilómetros llegamos a **Santa Rosa**, en cuyo capítulo narramos la historia del coronel Remigio Gil, quien obtuvo tierras en La Pampa, más precisamente en Toay, y en donde fundó la estancia “La Malvina”. En 1892 Tomás Mason fundó Santa Rosa en esa estancia, cuyo nombre fue en honor a su esposa, Doña Rosa Fulton.

Maravillados con esa curiosidad pampeana, el viaje de **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** pisó el acelerador con destino patagónico. En **Neuquén** conocimos la historia de cómo se construyó el puente de hierro de siete tramos que permitió atravesar el río homónimo para conectar Buenos Aires con las entonces desérticas tierras de la Patagonia. El camino nos guió por la mítica Ruta 40 hasta decir presente en **San Carlos de Bariloche**, en donde pudimos descubrir los sueños del joven Bustillo, un entusiasta que logró impulsar la construcción del primer Centro Cívico de la Argentina. Allí, justamente en la mítica ciudad cordillerana.

Sabíamos que la costa patagónica guardaba más secretos, así que el destino nos llevó a **Comodoro Rivadavia**. Con su prosa tan característica, Balmaceda nos deleitó con la historia de cuando Comodoro recibió una visita ilustre, la del gran Florentino Ameghino, quien recorrió sus calles durante una escala en un viaje que había hecho allá por 1903.

Aún nos quedaban más provincias por recorrer, por lo que rápidamente nos dirigimos a Santa Cruz para conocer la historia de la Barranca Amberense, en **Río Gallegos**, en donde los vecinos podían conseguir alimentos, leña y todo lo necesario para su subsistencia en el extremo sur de la Patagonia a comienzos del siglo XX. Un edificio que hoy continúa en pie, que ha sido declarado Monumento Histórico Nacional y donde funciona actualmente la Casa de la Cultura Fundacruz.

La última parada de este viaje nos llevaría hasta el rincón más austral del país, la ciudad de **Ushuaia**, para conocer la historia de iglesia católica, con su torre y campanario de catorce metros de altura que se inauguró en la víspera de la Navidad de 1898. Pero también, conocimos la de la cárcel del fin del mundo, reconvertida tras su cierre y gracias al impulso de muchos vecinos, en un museo marítimo que al día de hoy continúa abierto.

**“HISTORIAS QUE CONECTAN”** fue una iniciativa multi-target, mediante la cual pudimos alcanzar a:

- Los usuarios del servicio y la opinión pública en general
- Medios de comunicación
- Representantes del Poder Ejecutivo Nacional, Provincial y Municipal
- Legisladores Provinciales y Nacionales, vinculados a las ciudades y provincias respectivas de cada uno de los capítulos
- Empleados de Camuzzi
- Organizaciones públicas y privadas vinculadas con la compañía

## **EL DESAFÍO DE DAR A CONOCER LA INICIATIVA**

El plan de comunicación fue pensado bajo 3 avenidas de acción complementarias:

En el plano de los **MEDIOS TRADICIONALES**, trabajamos en la generación de contenidos de prensa que permitieran capitalizar la iniciativa, dándola a conocer masivamente pero también, permitiéndonos profundizar en aquellos aspectos particulares de cada una de las ciudades protagonistas de este ciclo, a medida que los distintos capítulos se iban estrenando.

De esta forma, **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** nos permitió generar múltiples puntos de contacto con la audiencia mediante:

- Comunicados de prensa anunciando la iniciativa y el cronograma de difusión de cada capítulo de manera amplia y a todo el espectro de medios de comunicación.
- Difusión de gacetillas de prensa específicas para cada ciudad de manera previa al estreno correspondiente, gestionando notas y entrevistas específicas de cada historia que permitieron contribuir al posicionamiento de Camuzzi localmente.
- Comunicados de prensa informando el fin de la temporada y los resultados alcanzados.

En el plano de las **REDES SOCIALES**, buscamos generar un mayor engagement con nuestra comunidad digital mediante la creación de un contenido distinto y de valor agregado. Adicionalmente y como objetivo secundario, buscamos captar el interés por el ciclo más allá de las

10 ciudades específicas que formaban parte de esta temporada y por supuesto, fuera de los límites geográficos y operativos de Camuzzi.

Para ello planificamos la estrategia de comunicación digital tanto en objetivos de visualización, como también de interacciones. Para alcanzar la meta propuesta, trabajamos en la segmentación demográfica de nuestra audiencia para impactar no solo en los usuarios del servicio sino también en adultos con intereses en historia, literatura, etc.

Semanalmente y de manera preliminar a cada estreno, generamos contenidos en formato de “teaser” de lo que se vería en pantalla ese jueves, con el fin de generar expectativas, promover la “conversación” y encender paulatinamente la audiencia de cara al estreno.

Si bien **“HISTORIAS QUE CONECTAN”** se transmitiría por FACEBOOK, se usaron también las cuentas institucionales de Instagram, LinkedIn y YouTube para retroalimentar la iniciativa y generar un ecosistema homogéneo de comunicación.

Por último, el uso de WHATSAPP fue un verdadero acierto en la estrategia de comunicación. Si bien cada estreno era anunciando previamente a través de los medios de comunicación y de las redes sociales, cada jueves a las 18hs. y de manera complementaria al estreno “oficial”, cada capítulo era enviado de manera personalizada a distintos stakeholders clave: funcionarios de gobierno, tomadores de decisión de los medios de comunicación y actores relevantes de la sociedad civil.

Esta comunicación 1 a 1 nos permitió ofrecer un valor agregado frente a un público target, por la propia personalización de la información, ayudándonos fortalecer los vínculos ya creados.

## **“HISTORIAS QUE CONECTAN” SUPERÓ TODAS LAS EXPECTATIVAS**

Fueron 10 historias, 10 ciudades que nos permitieron tomar contacto de una manera diferente con una enorme audiencia que de otra forma no habiéramos podido alcanzar. Algunos de los resultados de la iniciativa fueron:

- Más de **1.5 millones** de personas pudieron conocer las curiosidades de estas ciudades argentinas en la **Fanpage** de Camuzzi.
- El ciclo reunió **más de 51.400 likes** en esta red social.
- Los capítulos fueron **compartidos en más de 1.200** oportunidades
- A la fecha, se han recibido casi **500 comentarios positivos** sobre la iniciativa.
- En términos de gestión de prensa, se superaron las **150 repercusiones**.
- El **readership** alcanzado por nuestra gestión fue de más de **11 millones**.
- El ciclo permitió **estrechar vínculos** con **gobiernos** y funcionarios locales, que acompañaron la iniciativa y se sorprendieron con datos curiosos de sus propias ciudades que muchos no conocían.
- Intendentes, Legisladores Provinciales y Nacionales, miembros de Concejos Deliberante nos han felicitado por el ciclo e incluso en algunas ciudades, lo han **declarado de interés cultural**.
- En el plan educativo, hemos recibido **pedidos** de las autoridades escolares para contar con el ciclo completo a fin de ser **exhibido en el aula**, en el marco de las clases de historia que forman parte de la curricula tradicional.

Tras el éxito de **“HISTORIAS QUE CONECTAN”**, en este 2021 y nuevamente junto a Daniel Balmaceda, hemos decidido volver a emprender este viaje para presentar la 2da temporada de este ciclo que nos llena de orgullo, porque representa ni más ni menos, la posibilidad de volver a traer al presente esa historia rica que nos hace únicos.

MIRÁ EL RESUMEN DE ESTE CASO EN <https://vimeo.com/569569827>