Premios Eikon 2026

Presentación de caso

Categoría de inscripción:

Categoría 22.03 Comunicación de Campaña Electoral Municipal

Título del plan:

Campaña 2025 - Sigamos construyendo Areco

Compañía:

SAZF | División Politics & Public Affairs

Agencias y profesionales externos que colaboraron en el plan:

Mora Jozami | Casa 3 - Investigación y opinión pública

Persona responsable de la presentación:

Mariana Antista - Directora de SAZF

Introducción

San Antonio de Areco es un municipio de la provincia de Buenos Aires gobernado desde 2019 por una coalición integrada originalmente por sectores de Juntos por el Cambio. De cara a las elecciones legislativas de 2025, el oficialismo local ahora parte integrante de la Alianza La Libertad Avanza (LLA-PRO) debía defender su representación en el Concejo Deliberante en un escenario significativamente más complejo que el que había permitido construir la mayoría de gobierno.

Las elecciones legislativas bonaerenses de septiembre de 2025 fueron atípicas. Por primera vez, desde su implementación en 2009, las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) fueron suspendidas; la elección fue desdoblada; y el escenario político nacional y provincial estuvo marcado por una creciente fragmentación con emergencia de terceras fuerzas competitivas.

El clima social mantenía niveles significativos de expectativa respecto del rumbo económico impulsado por el gobierno nacional. Sin embargo, comenzaban a aparecer señales de desgaste vinculadas al impacto de las medidas de ajuste y a las primeras denuncias de corrupción que involucraban a funcionarios cercanos al Presidente. Una combinación que delineaba un escenario complejo para las campañas locales de la alianza LLA-PRO: mientras que la identidad nacional seguía aportando legitimidad, aparecía la dificultad de utilizarse de manera acrítica como único eje de movilización electoral.

En la Segunda Sección Electoral, la fragmentación adquirió características propias. La conformación de la alianza entre La Libertad Avanza y el PRO reordenó el mapa político tradicional, pero también generó tensiones. Sectores libertarios rechazaron el acuerdo y compitieron por fuera de la nueva coalición, mientras antiguos socios de Juntos por el Cambio buscaron construir alternativas propias. La irrupción de HECHOS, liderada por los hermanos Passaglia, incorporó un nuevo actor con capacidad de disputar parte del electorado histórico del oficialismo.

En San Antonio de Areco, el gobierno local debía defender su posición electoral en un contexto en el que la coalición que había construido la mayoría llegaba debilitada. La Unión Cívica Radical, uno de los socios históricos de Juntos por el Cambio, había abandonado el espacio para integrarse a HECHOS. Al mismo tiempo, sectores libertarios no acompañaban plenamente la nueva alianza LLA-PRO. El oficialismo enfrentaba así un riesgo concreto de fragmentación por ambos extremos de su base electoral.

El desafío era claro: ¿cómo sostener competitividad electoral cuando la coalición gobernante pierde parte de sus socios, enfrenta nuevos competidores y no puede depender exclusivamente de la agenda nacional para movilizar a sus votantes?

A esto se sumaba una dificultad adicional: el principal mensaje impulsado por la campaña provincial, “Kirchnerismo nunca más”, presentaba limitaciones evidentes en San Antonio de Areco, donde el kirchnerismo no gobernaba desde hacía seis años.

La campaña enfrentaba entonces una doble tensión: preservar la identidad política de la alianza y, al mismo tiempo, construir una propuesta local capaz de mantener unido un electorado con crecientes incentivos para fragmentarse. La respuesta fue *“Sigamos construyendo Areco”*.

Propuesta / Estrategia

La estrategia se desarrolló entre julio y septiembre de 2025, con el objetivo de posicionar a la coalición Alianza La Libertad Avanza como la opción de preferencia para el electorado de San Antonio de Areco, y sostener así la competitividad electoral del oficialismo local en un escenario de creciente fragmentación político-partidaria, desdoblamiento electoral y potencial baja participación.

Para alcanzar ese objetivo se construyó un posicionamiento capaz de conjugar la identidad, ideas y semántica de la campaña provincial con la realidad y necesidades de la comunidad. Así nació “Sigamos construyendo Areco”, una idea-fuerza que buscó: reafirmar una identidad de cambio iniciada seis años atrás; ofrecer certidumbre acerca de la transparencia, compromiso y capacidad de representación de los futuros Concejales y Consejeros Escolares; explicar racional y emocionalmente la alianza con La Libertad Avanza; y proyectar hacia el futuro una agenda capaz de traducir el ideario libertario sin perder identidad local.

El mensaje que había que comunicar era claro y conciso: **es tiempo de cuidar lo logrado y juntar fuerzas para lograr lo que aún falta.** De este modo, pusimos el acento en la necesidad de continuar con la transformación iniciada por Juntos por el Cambio en 2019, y presentamos la alianza con la Libertad Avanza como una decisión estratégica necesaria para defender lo construido, avanzar sobre los desafíos pendientes y evitar la fragmentación de los sectores que habían impulsado el cambio en el municipio.

La campaña se dirigió principalmente a votantes independientes, votantes críticos de la conformación del frente electoral con La Libertad Avanza, votantes históricamente radicales, votantes históricos del PRO y de Juntos por el Cambio, líderes de opinión, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación locales y ciudadanía en general.

Para desarrollar la estrategia se utilizaron medios de comunicación locales (radio, televisión y diarios digitales), plataformas digitales, mensajería instantánea y comunicación directa.

Ejecución

La implementación de la campaña se desarrolló en tres etapas sucesivas: presentación de la alianza y los candidatos; comunicación de la propuesta electoral; y movilización final orientada a promover la participación y el pedido de voto. De manera transversal a las tres etapas, los mensajes fueron adaptados a los distintos públicos identificados durante el proceso de planificación, permitiendo responder a preocupaciones, expectativas y tensiones específicas de cada segmento del electorado.

ETAPA 1: ¿QUIÉNES SOMOS?

Objetivo:
Presentar la alianza LLA-PRO en San Antonio de Areco, explicar su conformación y posicionar a los candidatos.

Tácticas:

- Evento de presentación de la Alianza La Libertad Avanza y sus candidatos.

- Convocatoria de medios, comunicados de prensa e intervenciones en prensa de Francisco Ratto (Intendente de San Antonio de Areco) principal vocero político de la alianza.
- Cápsula Quiénes Somos / Candidatos: serie de placas para redes sociales y Whatsapp con la imagen oficial de los Concejales y Consejeros Escolares junto a Francisco Ratto, con una frase que permitió comenzar a identificarlos con un eje de gestión particular. Producción de spots radiales de presentación de cada uno de los candidatos que integraban la lista.
- Encuentros de relacionamiento de los candidatos con el Jefe de Gabinete municipal, referentes de la gestión y vecinos, para escuchar, conocer y profundizar las preocupaciones de la comunidad.
- Mesas de trabajo de los candidatos a Concejales y Consejeros Escolares con los secretarios que integran el gabinete para que puedan conocer en profundidad la gestión de gobierno.

Mensajes:

- La alianza no implica una ruptura. Se suman fuerzas para defender lo construido. Areco no puede volver al pasado, Kirchnerismo nunca más.

ETAPA 2: ¿QUÉ PROPONEMOS?

Objetivo:
Trasladar la discusión desde la conformación de la alianza hacia las propuestas y la importancia de seguir construyendo San Antonio de Areco juntos.

Tácticas:

- Desarrollo de una plataforma electoral posible de ser impulsada desde el Concejo Deliberante que traduzca el ideario libertario a la realidad de la comunidad. Ejes: reducción de impuestos y tasas distorsivas, ampliación del acceso a la vivienda, promoción de inversiones con beneficios impositivos, modernización y digitalización de trámites municipales y fortalecimiento del sistema de salud a través de la carrera hospitalaria y la optimización de procesos administrativos.
- Cápsula Razones / Institucional y candidatos. Traducción de la plataforma electoral en lenguaje audiovisual. Creación de placas con la propuesta electoral (Instagram y Whatsapp), videos de los candidatos en formato vertical para redes sociales y mensajería instantánea. Producción de spots radiales.
- Cápsula Razones / Francisco Ratto (Intendente): serie de videos en formato vertical para redes sociales y Whatsapp con tono político alto, enfatizando la actuación del kirchnerismo en San Antonio de Areco, y documentando las razones por las cuales los arequeros deberían decir con fuerza y firmeza “Kirchnerismo nunca más”.
- Participación de Juan Manuel “Doma” Domínguez (cabeza de lista) en debate preelectoral público y abierto a la comunidad, sin transmisión en medios ni plataformas, organizado por el ISFT N°143. Ejes temáticos propuestos por la institución: salud/discapacidad, educación/género, y empleo.

- Participación de Marina “Pitu” Ortelli en entrevista con Ricardo Scceppacuercia, periodista y destacado formador de opinión de la localidad.
- Participación de los candidatos en actividades públicas y acompañamiento de la agenda de gestión municipal vinculada a sus respectivos ejes de conversación.
- Secuencia de entrevistas 1:1 con cada candidato en horario central en Radio Pampa, y otras emisoras radiales de la localidad.
- Publicidad digital y televisiva en el ecosistema Bosco Producciones, uno de los principales medios de la localidad.
- Activación de publicidad digital en Meta (Facebook e Instagram).

Mensajes:

- El 7 de septiembre es importante participar, es una elección que tiene impacto directo en nuestra calidad de vida porque se define quiénes serán nuestros representantes en el Concejo Deliberante.
- Explicar por qué la alianza representa la mejor opción para continuar la transformación iniciada en 2019.

ETAPA 3: HORA DE VOTAR

Objetivo:
Cerrar la decisión del voto, evitar la dispersión y movilizar al electorado.

Tácticas:

- Comunicar con mayor claridad y eficacia que se trata de una elección legislativa provincial y local, y que en esta ocasión no hay PASO.
- Participación de Juan Manuel “Doma” Domínguez en entrevista 1:1 con Ricardo Scceppacuercia en “De pura Sceppa”.
- Activación de la militancia, reparto de boletas puerta a puerta y pedido de voto con participación de los candidatos.
- Publicidad en plataformas digitales, Instagram y Facebook, de los principales videos generados por Francisco Ratto y los candidatos realizados en el marco de la cápsula “Razones”.
- Evento cierre de campaña para celebrar el compromiso de la militancia, la participación activa de los candidatos y enviar un último mensaje a los votantes.

Mensajes:

- Reforzar la idea de elección local con implicancia directa en la calidad de vida de los vecinos.
- Pedido directo del voto.

Un desafío importante en relación con la comunicación directa y las acciones territoriales fue el clima (a nivel nacional, provincial y local) de hartazgo generalizado hacia la política y la apatía imperante, razón por la cual no se realizaron acciones de timbreo o charlas con vecinos sino hasta la instancia final de pedido de voto.

A lo largo de toda la campaña se realizaron actividades de entrenamiento de voceros y seguimiento de entrevistas, análisis de menciones en prensa y monitoreo de issues y temas relevantes con posible impacto reputacional para los candidatos, el intendente y/o la gestión municipal.

RESULTADOS

La campaña logró alcanzar el objetivo principal planteado al inicio del proceso: sostener la competitividad electoral del oficialismo local en un escenario de creciente fragmentación político-partidaria, desdoblamiento electoral y menor participación ciudadana.

La Alianza La Libertad Avanza obtuvo el primer lugar en San Antonio de Areco con el 35,72% de los votos, superando a Fuerza Patria (33,11%) y a HECHOS/UCR (20,93%). El resultado adquiere especial relevancia si se considera que la coalición gobernante había perdido a uno de sus socios históricos, la Unión Cívica Radical, y enfrentaba simultáneamente la competencia de nuevas fuerzas con capacidad de disputar parte de su electorado tradicional: Partido Libertario y Potencia.

Desde el punto de vista comunicacional, la estrategia permitió instalar a la alianza y sus candidatos en la agenda pública local, amplificar el alcance de sus propuestas y sostener una presencia permanente en la conversación política durante todo el proceso electoral, contribuyendo a consolidar su posicionamiento y ubicarla como primera fuerza en el distrito.

En este recorrido fueron importantes algunos otros números: más de 25 entrevistas en medios radiales, 3 participaciones en el principal programa de actualidad y política de la televisión local, 1 debate público abierto a la comunidad y 12 impactos de relevancia en prensa entre julio y septiembre de 2025. Resultados que adquieren una dimensión particular si se tiene en cuenta que San Antonio de Areco cuenta con una población de poco más de 26.000 habitantes y un padrón habilitado para votar 21.747 electores.

Para finalizar, “Sigamos construyendo Areco” fue mucho más que una idea-fuerza de campaña. Fue la forma que encontramos para traducir un escenario político complejo en una conversación que los vecinos ya conocían: la de su vida cotidiana, sus preocupaciones y el bienestar de su comunidad. Ahí donde la discusión pública proponía hablar de alianzas, sellos partidarios y disputas nacionales, elegimos hablar de representación, gestión y soluciones reales a problemas concretos. Quizás por eso su principal aporte no haya sido únicamente contribuir a una nueva victoria electoral, sino demostrar que incluso en contextos de alta fragmentación política los electores siguen respondiendo a quienes son capaces de interpretar sus necesidades, hablar su lenguaje y construir una visión de futuro compartida.