

02.2022

“Lo importante es poder ver la gente a los ojos”



Frontalini, María Luján  
Trabajo Integrador Final  
Diplomatura Internacional –  
Comunicación y Defensa Nacional

# Asistencia de la Cuadrilla de Ríos de la Armada Argentina a poblaciones Ribereñas en la Operación General Belgrano

## Tema

El tema elegido a trabajar es el empleo del instrumento militar en la protección civil, como lo es la ayuda a la comunidad a través de la Operación General Belgrano, en este caso, haciendo específica referencia a la asistencia de la Cuadrilla de Ríos a poblaciones Ribereñas durante la pandemia de Covid-19.

## Objetivos

- Crear un ecosistema en donde se comunique nuestro tema de interés desde diferentes puntos de vista y a través de distintas plataformas.
- Combinar medios gráficos y de tecnología móvil para crear experiencias tanto online como offline.
- Generar impacto a nuestro público objetivo.
- Dar espacio a que los usuarios sean productores, es decir, que no solo consume información, sino que puede generar información.
- Mostrar las acciones de protección civil que realiza la Armada Argentina como fue la ayuda al pueblo argentino en la pandemia del Covid-19.
- Posicionar a la Armada Argentina desde un lugar más humano.

## Informe periodístico extendido

Se realizó una entrevista al Capitán de Fragata de la Armada Argentina Ariel Fernando Gómez Mombello, quién fue el Comandante de la Escuadrilla de Ríos quien estaba a cargo de los cuatro buques que llevaron alimentos y productos de higiene y desinfección a las poblaciones ribereñas.

A continuación, la entrevista realizada:

*Buenos días Ariel, contame,*

### **¿Cuál fue el rol de la Armada Argentina en la asistencia a poblaciones ribereñas?**

Buenos días, Estoy muy contento, muy satisfecho de trabajar con el pueblo argentino, fuimos el nexo, el medio para poder llegar a los isleños desde el estado nacional, provincial y municipal. Los buques multipropósito ciudad de Zárate, multipropósito ciudad de Rosario, lancha patrullera Río Santiago y el patrullero ARA King asistió a San Pedro, Baradero, Zárate y Campana, estas familias viven en zonas aisladas, de difícil acceso, cuentan con el apoyo de la Armada Argentina para recibir los recursos necesarios, sobretodo en el contexto actual de covid-19.

Nosotros, la Escuadrilla de Ríos, como representación de la Armada Argentina fuimos el puente, entre el Ministerio de Defensa y los diferentes municipios pudiendo acercar alimentos y productos de higiene y desinfección provistos por los municipios, ya que la logística era de las Fuerzas Armadas, trabajando en conjunto con personal de Cruz Roja, Defensa Civil y personal de los mismos municipios, todo esto era supervisado por coordinadores del Ministerio de Defensa.

Además de llevar dichos productos, junto al personal de sanidad naval, tomábamos la temperatura de los habitantes que permanecían allí o los que debían salir o entrar para proteger a los isleños. También, brindamos todos los procedimientos médicos necesarios cumpliendo los protocolos que se iban designando desde Nación, como, por ejemplo, aplicar 4 vacunas del calendario de vacunación anual.

### **¿Cuánto tiempo duró esta operación?**

La operación se llevó a cabo durante todo el año del 2020, se realizaron dos navegaciones largas en donde nos acercábamos a las poblaciones mencionadas anteriormente para poder asistirlos.

Entre las navegaciones no regresábamos a nuestras casas, sino que se seguía operando, haciendo cosas necesarias para afrontar la pandemia.

La entrega de alimentos y productos de higiene y desinfección es algo que se realizó durante todo el año, pero también asistimos en dos incendios que se produjeron en Rosario, pintamos y reacondicionamos 14 contenedores para que sean habitables en el centro de aislamiento que se realizó en Retiro, donde después se colocó un hospital reubicable, además armamos cerca de 1.000 impresoras 3D para que personal del EDRI pueda realizar mascarillas protectoras contra el covid -19.

### **¿Cuánto personal formó parte de esta campaña?**

En total éramos 155 personas de la escuadrilla distribuidas en cuatro buques. Me tocó comandar estos 4 buques con 151 personas en el Apoyo sanitario y alimentario.

### **¿Vos cómo viviste todo esto?**

Para mí, lo importante es poder ver a la gente a los ojos, tener el contacto personal con la gente fue muy emocionante, haber podido ayudar a personas que necesitaban de nosotros y sentir todo su agradecimiento fue lo más gratificante de toda la operación, fue una experiencia muy gratificante referente a lo humano y los lazos que creamos como institución con la sociedad.

Ver hambre fue muy duro, ver que las personas toman agua directamente del río y que no todos los niños tienen calzado fue fuerte, por ello saber las herramientas y capacidades que tenemos para ayudar fue altamente positivo.

Me siento muy orgulloso y satisfecho por lo que pudimos realizar. Hemos tenido la oportunidad de ayudar a los ancianos que están solos y que se han quedado cuidando el ganado en la isla o que viven de la pesca o de la caza de carpinchos, de la colocación de trampas de nutrias, de la apicultura, porque sus hijos se han ido a las ciudades y han conseguido trabajo allí.

Siento que estamos donde tenemos que estar, en el lugar correcto, al lado del ciudadano y, en este caso, al lado del ribereño, colocando todos los medios del Estado al servicio del pueblo argentino.

### **¿Lo más complicado que tuvieron que vivir que fue?**

Lo más complicado a sobrellevar fueron los 18 casos de covid que tuvimos de nuestro personal, tener que aislarlos, teníamos buques amadrinados y no se podía pasar de un buque a otro si no que cada uno era una burbuja, se tomaba la temperatura continuamente de todo el personal, usábamos continuamente barbijo.

Teníamos una "vida normal" con alta carga psicológica de que estamos más expuestos al virus y con la responsabilidad de no contagiar a la gente que fuimos a ayudar.

Tener 18 casos activos y ser el responsable fue algo muy difícil de sobrellevar. Continuamente íbamos actualizando medidas de prevención y era un ambiente muy cooperativo entre todos, el que utilizaba algo tenía que limpiarlo, no importaba el rango. Tuvimos que aprender a convivir con el covid.

*Para ir terminando, quiero saber...*

### **¿Qué es lo más significativo que recordás de esta experiencia?**

Definitivamente lo más significativo fue toda la experiencia humana que se vivió. Ver que había chicos que nunca habían ido a un hospital, a ver un médico fue muy fuerte. Todos se sentían protegidos por estar aislados, pero estaban protegidos de mala manera, con muchas necesidades.

Las personas allí viven del campo, de la miel, de la pesca o de la caza de carpinchos.

Volver a tu casa y ver qué está la pirámide normal en donde tus hijos tienen a sus dos padres, tienen alimento todos los días y una educación, automáticamente pensás en lo afortunado y en la gran desigualdad que puede haber en un mismo país.

Se crearon fuertes relaciones humanas y esto es fundamental en época de emergencia ya que el nexo ya está creado. Hay que tener los lazos en época de paz para que en época de emergencia tener el puente y ayuda necesaria. Es fundamental practicar en época de paz para saber actuar en época de crisis.

En todo momento, el Capitán de Fragata Gómez Mombello, hacía énfasis en que lo más importante eran las personas, tanto los habitantes ribereños que fueron a ayudar como también su personal a cargo. Fue un año muy duro en donde los afectos estaban lejos, sus vidas habituales pausadas sin saber hasta cuándo, sin saber si iban a poder volver ese año y siempre, más allá de sus obligaciones militares, la persona, las personas, estaban en primer lugar.

### *Referencias bibliográficas*

Capitán de Fragata Mombello, Comandante de la Escuadrilla de Ríos de la Armada Argentina

<https://www.zonanortehoy.com/zarate/sociedad/2020/11/3/el-municipio-la-armada-argentina-realizaron-un-nuevo-abordaje-territorial-en-el-sector-islano-de-zarate-88544.html>

<https://www.infobae.com/def/desarrollo/2020/07/25/pandemia-y-solidaridad-cronica-a-bordo-de-un-buque-de-la-armada-sobre-el-rio-parana/>

<https://www.infobae.com/def/defensa-y-seguridad/2020/07/25/capitan-de-fragata-gomez-mombello-hoy-siento-que-estamos-donde-tenemos-que-estar/>

<https://www.fuerzas-armadas.mil.ar/Noticia-2020-05-29-armada-baradero.aspx>

[https://www.youtube.com/watch?v=2Lsiw\\_W4iZE](https://www.youtube.com/watch?v=2Lsiw_W4iZE)

<https://www.zona-militar.com/2020/07/20/el-ara-king-y-el-ara-ciudad-de-zarate-realizan-distribucion-de-viveres-e-insumos-sanitarios/#:~:text=Las%20unidades%20de%20la%20Armada,de%20San%20Pedro%20y%20Baradero.>

[https://www.todocorrientes.com/m/noticia\\_29945\\_buques-de-la-armada-culminan-su-campa-a-sanitaria-en-lavalle.htm](https://www.todocorrientes.com/m/noticia_29945_buques-de-la-armada-culminan-su-campa-a-sanitaria-en-lavalle.htm)

### Público objetivo

El público objetivo son los habitantes de la República Argentina, tanto hombres como mujeres, mayores de edad, que les interese tanto saber sobre las Acciones que realiza la Armada Argentina, personas que les interese formar parte de las Fuerzas Armadas o personas que simplemente les gusta ver noticieros para estar actualizados con las situaciones que pasan en nuestro país. Además, las personas que conforman nuestro público objetivo son productores por lo que no solo consumen información, sino que pueden generar información. El usuario deja huella de su consumo y empieza a transformar lo que se comunica. También, son tecnológicamente activos por lo que no van a ir en busca de la información, sino que debe aparecerles, darles diferentes formas de experiencia y contenido diverso.

### Medio elegido para la publicación

Como mencionamos anteriormente nuestro público es alguien que gusta que lo sorprendan y que pueda interactuar, participar de la propuesta, no solo leer, observar y recibirla de una misma manera.

Por ello, se decidió crear un proyecto de comunicación transmedia, en donde el relato se desarrolla a través de múltiples plataformas en donde en cada una se desarrolla el tema desde una arista distinta y así sea que ve una parte del proyecto debe tener una idea completa de lo que se le ofrece y si vi todas las plataformas que se ofrecen, no ve la misma información en diferentes formatos, sino que se transforma en un “experto” sobre lo que se le comunicó.

Por ello se seleccionaron tres plataformas, para que a su vez se juegue con diferentes sentidos, diferentes maneras de cautivar, la primera es una pieza gráfica la cuál va a estar por diferentes puntos de la ciudad pegada como grafitis de papel para generar un impacto visual fuera de línea.

La segunda va a ser Instagram, ya que allí juega un papel muy importante el impacto de la imagen y puede crearse contenido, concreto, directo, de mucho impacto visual.

La tercera es Spotify en el cual se hará un programa de podcast, donde el entrevistador hará preguntas desde una mirada más perspicaz, “atrevida” y distendida. Los programas de podcast es la nueva reversión de los programas radiales y es una excelente manera para poder contar gran cantidad de información y enviar un mensaje claro de una manera didáctica.

### Descripción del formato comunicacional

Pieza gráfica: Grafitis de papel, carteles, que van a estar pegados en diferentes paredes esparcidos por diferentes puntos de la ciudad que tenga gran flujo de personas, el objetivo es que cree un gran impacto visual y despierte la curiosidad de las personas sobre la asistencia de la cuadrilla de ríos a poblaciones ribereñas. Algunos de estos grafitis van a tener información concreta, y otros, los van a invitar a interactuar y redirigirlos a diferentes plataformas a través de código qr, de esta manera, también se lleva flujo de personas a otras plataformas, y paso a combinarse por un recurso offline y llevarlo a uno online y compartir contenido de interés ya creado en plataformas online.

Instagram: Se realiza un video informativo general de no más de 1 minuto, para poner en tema de lo que se habla, en donde se cuenta el compromiso que tomó la Armada en trabajar junto a municipios frente al Covid-19 para ayudar a la comunidad. Además, realizar una infografía, en donde se llama la atención de manera visual, con contenido concreto y de manera didáctica.

Spotify: Se busca acercar a la Armada Argentina desde un ángulo innovador con una plataforma que está siendo tendencia en la actualidad, ya que en momentos donde no se puede utilizar el celular porque se está manejando o trabajando se suelen poner los podcasts “para que este de fondo” reemplazando a la radio.

### Esquema discursivo general

#### **Crear un título que llame la atención y que entre en tema de lo que se quiere comunicar**

Primero determine qué tema es el que quiero dar a conocer y desde que enfoque. Una vez elegido esto, realicé la entrevista al Capitán de Fragata Gómez Mombello desde una mirada humana, más allá de sus actividades como militar.

Luego determine las características del público objetivo, personas activas que no solo quieren recibir la información sino formar parte de una experiencia comunicacional.

Determinado el interés de mi público y el enfoque periodístico concreto se decidió realizar un proyecto comunicacional transmedia donde desde varias plataformas se cuenta la historia, mostrando diferentes puntos, creando un todo, pero a la vez individual.

Decidí generar impacto de diferentes formas, por lo que las plataformas son diversas, pero siempre con el objetivo de información clara, concisa y mostrando la ayuda social humanitaria de la armada y teniendo a los seres humanos como protagonistas.

### Pieza comunicacional

#### **Grafitis de papel – Carteles**

Los códigos QR que se presentan con los carteles son de manera ilustrativa por lo que debajo de cada cartel con código se pondrá el link de donde se redirigiría.



<https://drive.google.com/file/d/1FYX5jw8Hk6fQvoS4Y7wm9eoneR0wre9D/view?usp=drivesdk>



[https://www.instagram.com/p/CC6GK8\\_p8qP/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CC6GK8_p8qP/?utm_medium=copy_link)



[https://www.instagram.com/p/CDC7PGDJxTW/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CDC7PGDJxTW/?utm_medium=copy_link)



## Video informativo de Instagram

[https://www.instagram.com/tv/CB\\_q-u-p\\_qc/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CB_q-u-p_qc/?utm_medium=copy_link)

## Infografía para Instagram



## Podcast de Spotify

<https://drive.google.com/file/d/1FYX5jw8Hk6fQvoS4Y7wm9eoneR0wre9D/view?usp=drivesdk>

### Breve estrategia de difusión en otros medios / plataformas / redes sociales

Para hacer difusión del nuevo proyecto transmedia, se utilizará como puente los siguientes medios:

Página web de gaceta marinera: Realizar un banner contando sobre el canal de podcast que se encuentra en Soptify lo que apretando allí se redirige a dicha aplicación.

Medios locales: Comunicarse con los medios locales de Bahía Blanca, Punta Alta y la zona contando que en diferentes puntos de la ciudad se van a encontrar con novedades y propuestas de la Armada Argentina. También contar sobre el canal de podcast.

Twitter: Alentar a los ciudadanos a recorrer la ciudad y que suban foto de lo que van encontrando, de esta manera, no solo generan contenido, sino que personas de otras ciudades pueden ver el contenido compartido de manera offline.