

COMO DEFENDER UNA BANCA DE SENADOR DESDE ACCIONES COMUNICADAS CORRECTAMENTE

La Rioja es una provincia ubicada en el noroeste de la República Argentina vecina a Chile, haciendo la cordillera de los Andes el límite natural con ese país.

La extensión de dicha provincia es de 89.680 km² y su población según el Censo Nacional del año 2001 es de 289.820 habitantes.

Su trascendencia en los últimos años está relacionada por ser cuna del Dr. Carlos Menem, elegido por dos períodos consecutivos Presidente de la Nación.

ELECCIONES LEGISLATIVAS DE OCTUBRE DE 2001

Después de casi dos años de gestión del Gobierno Nacional integrado por la Alianza, Unión Cívica Radical y el FREPASO, presidido por Fernando De la Rúa se encontraba en franco deterioro de su imagen, por el agravamiento de la desocupación, pobreza, problemas sociales no resueltos y hasta agravados por sus desaciertos en la política económica.

La Rioja no estaba exenta de esas vicisitudes, de todas maneras el gobierno Justicialista provincial había capeado el temporal bastante bien, a pesar de no estar su hijo dilecto en el gobierno.

Las encuestas previas daban como ganador al Partido Justicialista en casi todo el país.

PANORAMA ELECTORAL EN LA PROVINCIA DE LA RIOJA

La Rioja no era una excepción a la tendencia nacional, pero con una particularidad, el Senador Nacional Jorge Yoma en ejercicio del mandato decide ir por afuera del Partido Justicialista Riojano

El motivo es no querer enfrentar una interna (perdida de antemano) para ser cabeza de fórmula, ya que la Ley del Cupo Femenino colocaba a una mujer como segunda. Es importante aclarar que el sistema electoral argentino elige por provincia 2 senadores por la mayoría y 1 por la minoría.

De esta manera, Yoma se aseguraba la reelección a su banca ya que era seguro que saliese electo por la minoría

En el equipo de la fórmula Eduardo Menem y Ada Massa se fijó como objetivo ampliar la ventaja con Yoma por el mayor porcentaje posible y con ello tratar de desvalorizar su segura reelección en minoría.

La actitud de Yoma lleva a un fuerte enfrentamiento con el Presidente del Partido en La Rioja, Senador Eduardo Menem, quien se postula para ser reelecto por quinta vez como Senador.

Esta fractura del PJ riojano dio como resultado que se nominara a Ada Massa para acompañar al Senador Eduardo Menem en la Fórmula oficial del Justicialismo.

En tanto Jorge Yoma, forma el partido FRENTE CON TODOS en una alianza entre justicialistas disidentes y radicales que no tienen mayores posibilidades de tener una digna actuación.

LA OPINIÓN PÚBLICA RIOJANA

Se llevaron a cabo estudios de opinión pública que a continuación se detallan.

La imagen de la política

Como era previsible, la imagen de la política y los dirigentes, en términos globales, es muy negativa (“Los políticos no me dan confianza”). Se lo asocia naturalmente con todo lo sucio, lo opaco, lo corrupto.

Las críticas más mencionadas a la clase política son:

- Siempre prometen más de lo que pueden hacer;
- Los que llegan son los que tienen plata y los deshonestos;
- Se hace política con las necesidades de la gente;
- Todo se hace pensando en obtener un provecho mediante la corrupción;
- Los políticos roban;
- Quieren que la gente no se eduque para poder manejárlas;
- Dicen una cosa y hacen otra.

La imagen del justicialismo

En algunas oportunidades surgió una descripción negativa del justicialismo actual, que lo desvincula del objetivo de la justicia social (“... nosotros estamos esperando lo social. El justicialismo tiene una deuda con la sociedad”; “No hay justicialismo, ni acá ni a nivel nacional ...”; “... ¿Dónde está la justicia social del peronismo?”). También se comenta el abuso de las prácticas clientelísticas (“Acá la provincia no va a dejar de ser peronista, es la única forma de tener un beneficio de una caja con comida o un colchón”).

La imagen de Eduardo Menem

Es un dirigente con un muy alto grado de exposición pública. En términos positivos se dijo que posee “capacidad” y es “inteligente”, además de buena persona. En algún caso incluso es mejor percibido que el expresidente (“Es el más inteligente de los Menem”). Aisladamente se lo vincula con la ayuda social (“Dentro de lo que es La Rioja tiene una fundación, hace algo”). Para alguno el apellido marca la diferencia (“Es Menem, es bueno”).

Por el lado menos favorable se comenta que no tiene una postura definida (“No se sabe, un día está en un lado, y del senado no lo saca nadie ... se postula para una cosa, para otra ...”; “Siempre ha actuado desde un lugar secundario, no está tan expuesto políticamente. No hay una imagen clara de él solo, va acompañado”; “Ese quiere ser presidente”), que no tiene un apoyo popular (“... no tiene gente que lo apoye ... salvo que venga un apoyo del expresidente, ahí puede tener una chance”; “Y la imagen que tiene al lado de Carlos Menem ni hablar”; “Es conservador. No es como Carlos que sabe llegar abajo”; “Es nariz parada”) y le falta carisma.

Algunos lo visualizan como gobernador o presidente. Como se puede observar tiene una imagen bastante definida, predominando una apreciación favorable en todos los sectores. No parece haber una diferencia entre los distintos segmentos sociales y etáreos.

La imagen de Jorge Yoma

Como ya definimos el Senador en ejercicio de su mandato decide formar su propio partido. Es oriundo de la segunda ciudad riojana, Chilcito, con un fuerte arraigo popular en dicha zona. Fue propulsor de la Universidad nacional en esa ciudad, se lo identifica con un accionar directo, la gente lo califica como un “hacedor”, no pocos lo rotulan como un hombre “sin pelos en la lengua”, su estilo es frontal.

El discurso, ahora que tiene que enfrentar al poder provincial encarnado en la familia Menem, no está exento de agresividad y denuncias, dice: “hay un poder feudal en la provincia que está en manos de los Menem”, del que es fiel representante el Gobernador Angel Massa, salvo en la zona de influencia del Senador Yoma no goza de un electorado cautivo fuerte.

No pocos lo tildan de traidor “es algo gracias a Carlos Menem (“.... el ex presidente le dio de comer en la mano y mirá como le paga”). Es demasiado mediático. “Vive tirando bombas”; “Ahora que sacó los pies del plato no sé quien lo votará”. “No es tan inteligente como el Senador Menem, es un vivo”. “Aprovecha bien los medios, se vende bien”.

LO QUE LA SOCIEDAD RIOJANA PIENSA

Hay un orgullo de ser riojano ligado a la tierra y las características de su gente que resulta un elemento muy interesante a la hora de diseñar estrategias comunicacionales y políticas. Es un factor lo suficientemente fuerte como para considerarlo el **denominador común** de todo lo que se formule de aquí en más.

El estudio buscaba hallar los valores sociales claves para insertarlos de diversas maneras en la comunicación y las acciones políticas, de manera de salir del cepo del discurso político tradicional y apelar al imaginario popular. Los elementos diferenciadores en los electorados actuales están transitando por lugares completamente distintos a los acostumbrados. Así, una campaña electoral actual puede hacer hincapié en claves más antropológicas que en los consabidos mensajes de ataque y propuesta históricos.

A su vez, cualquier estrategia deberá tener en cuenta que la sociedad riojana ya no es algo homogénea sino que, por el contrario, empiezan a manifestarse **profundas fragmentaciones**. Lo observado hasta aquí permite decir con claridad que existen dos sociedades: una que ve a la provincia en movimiento, pujante, optimista, modernizándose; y otra que sólo augura un mal futuro, fruto de percibir que el progreso no la incluirá. La conocida percepción de incluidos y excluidos.

Esta división, que tampoco es tan tajante, tiene sus correlatos socio – económicos bastante claros. En La Rioja pujante están los sectores medios y medio – altos, sobre todo aquellos que no superan los 40 años. En La Rioja con problemas de trabajo y subsistencia se enrola, particularmente, la clase baja que posee más de 40 años (el nicho más crítico por lejos).

Obsérvese que esta **discusión entre optimistas y excluidos es el corte central del electorado riojano**. No parece existir aquí un debate entre justicialistas y aliandistas. Más allá de que las tradiciones partidarias siguen teniendo su peso, el eje central es hacia dónde va La Rioja, y quién queda adentro y quién afuera del futuro. Políticamente hablando esa disyuntiva - los dos modelos- está expresada por las dos alas del oficialismo. No hay espacio para la oposición por el momento.

POSICIONAMIENTO COMPARADO

En función de los datos relevados, no se puede deducir una diferencia fundamental en el posicionamiento respecto a la figura de Jorge Yoma. Advirtiendo que la superioridad de imagen del Senador Eduardo Menem sobre su compatriota es muy grande, Yoma crece entre los menores de 30 años y la clase media, mientras que el presidente del partido provincial usufructúa mejor la preferencia de la clase baja y los mayores de 40 años.

FOCO ESTRATÉGICO

La acción debe estar focalizada fundamentalmente en la provincia. El escenario nacional debe servir sólo en tanto y en cuanto afecte los intereses de La Rioja. Por lo tanto, la difusión de la actividad parlamentaria debería pasar a un segundo plano, salvo aquella que esté vinculada a la provincia.

POSICIONAMIENTO A LOGRAR

En función del foco estratégico recién mencionado, Eduardo Menem debe convertirse en el gran gestor de los intereses de La Rioja en Buenos Aires. Debe ser una especie de embajador plenipotenciario que recorre despachos oficiales y realiza acciones pensando pura y exclusivamente en la provincia. Debe convertirse así, en el gran interlocutor con el poder a nivel nacional. Por ese rol será finalmente valorado en la opinión pública masiva.

Este posicionamiento cabalga sobre una tendencia de indiscutible profundización en la última década de la Argentina: la despolitización de la sociedad. La gente se mueve muy poco por pasiones ideológicas y partidarias. En el marco de la globalización hay una fuerte tendencia localista que busca identificarse con los intereses de la propia comarca. Esto permite ofrecer una identificación no política, no partidaria a tono con los tiempos que corren. El apellido obviamente ayuda en gran medida a inclinarse por esta vertiente.

El segundo punto de posicionamiento es la sensibilidad social. Esto significa mostrar actitudes de contención social. No debe olvidarse que lo que se quiere es construir una imagen explotable en tiempos electorales. El anterior punto –la defensa de los intereses provinciales- se articula con este segundo ítem, en la medida que la sociedad sufre en carne propia las inclemencias de la economía global. El fracaso inicial del gobierno de la Alianza, no hará más que acentuar esta problemática.

A partir de dichas conclusiones estratégicas, se formulan las siguientes cuatro recomendaciones generales:

Incorporar al discurso político el orgullo del riojano: la tierra y su gente: al ser un denominador común de la sociedad riojana, se genera un circuito de comunicación diferenciador respecto al resto de la clase política;

Formular rápidamente políticas para el sector más humilde con más de 40 años, a partir de capacitación laboral, promoción de puestos de trabajo y acción social: es “el nicho” a conquistar; seguramente es ahí donde Jorge Yoma se mueve con mayor comodidad.

Diseñar acciones que comuniquen el interés del gobierno provincial por generar recursos para el futuro, sobre todo aquellos que estén ligados a la tierra (por ejemplo: solicitar en la universidad la creación de una carrera sobre desarrollo agrícola, organizar un seminario internacional de especialistas que den ideas sobre cómo se puede explotar mejor

la tierra; abrir un concurso de proyectos sobre el desarrollo de La Rioja; otorgar un premio a la iniciativa de explotación de la tierra, etc.), el posicionamiento pasa por dar una serie de señales que transmitan la obsesión que tienen los representantes nacionales (senadores y diputados) por impulsar el desarrollo provincial y defender a La Rioja en el poder central.

Diseñar una acción del Senador Eduardo Menem con perfil menos frío y formal: menos atada a la formalidad de las inauguraciones y que le permita moverse con libertad para que la gente perciba su interés por escucharla; una mayor comunicación para transmitir sus ideas será algo bien recibido.

COMUNICACIÓN DEL SENADOR EDUARDO MENEM

Frente a la poco carismática figura de Eduardo Menem se partió de la base que el carisma se lo puede suplantar con el trabajo duro sobre el terreno y con buenos temas de campaña. No besando más niños, ni sonriendo más, se logran mayor cantidad de votos. Cada candidato tiene una personalidad, lo que los asesores debemos hacer es adaptar las acciones y los temas a esa personalidad. Con estas premisas se encaró una comunicación de las acciones que llevaría a cabo Eduardo Menem.

IDEA FUERZA

A partir de una frase usada en forma frecuente por el Senador “.... yo hago esto en nombre de La Rioja” se determinó que esa frase En nombre de La Rioja fuese la idea fuerza y paraguas de la campaña. Nada mejor que usar una frase que ya está incorporada en el discurso del candidato.

Además la misma era una excelente síntesis del sentir riojano y pertinente a la defensa de los intereses provinciales.

ACCIONES

Se implementan una batería de acciones de fuerte contenido Social que también abarcan la Educación, Cultura y especialmente la Salud.

Contenido Social:

Mi primera máquina: este programa consistió en darle a un grupo de 3 mujeres una máquina de coser y organizarlas para que su producción de prendas fuera comprada por distintos locales de venta al público. Se otorgaron 230 máquinas beneficiándose 690 mujeres en todo el territorio provincial.

Yo cultivo, él cultiva, todos cultivamos

Se implementó un programa de huerta con la asistencia técnica para hombres desocupados. Organizados de a grupos de 6, se les suministró el know – how y los implementos para la labranza de la tierra, semillas y elementos para riego. La producción se vendía al público y con ello se generaban ingresos para la comunidad.

Salones en Barrios

Promover y financiar la construcción de Salones de Usos Múltiples (SUM) en distintos barrios y localidades del interior de la provincia, donar los materiales, la mano de obra es de la gente.

Cultura

Quinquela en La Rioja

Se llevó por primera vez a la provincia un conjunto de obras del popular pintor Benito Quinquela Martín, se inauguró la muestra con una conferencia ofrecida por el destacado marchant Ignacio Gutiérrez Zaldívar.

Se organizaron visitas guiadas para colegios y alumnos de bellas artes de numerosos establecimientos de toda la provincia se desarrolló un concurso de pintura. Concurrieron 8.735 personas a la exposición que permaneció por espacio de 20 días en la capital provincial.

Tango

Se brindó una jornada de conferencias sobre vida y obra de Carlos Gardel, el cantor de tangos de fama mundial. Se culminó con un concierto de ese género popular argentino a cargo de destacados músicos locales.

El Colón en La Rioja

Con la participación de cantores de ópera del principal Teatro dedicado a la lírica, se brindó un espectáculo de canto integrando a diversos coros locales.

Dicho concierto tuvo lugar en la plaza principal de la ciudad capital y fue transmitido por TV a toda la provincia a través del canal 9 de La Rioja Televisión.

Salud

Para mirarte mejor

Se llevó a cabo una campaña por el interior de la provincia con 3 unidades móviles de oftalmología para detectar distintas patologías vinculadas a la vista (hipermetropía, miopía, astigmatismo, presbicia, catarata, glaucoma, retinopatías, etc).

En cada localidad se atiende en forma gratuita y a toda persona carenciada, que se le receten anteojos, se los suministra en forma gratuita.

Los problemas más severos son derivados al Hospital Central de la capital provincial para su atención también en forma gratuita.

En 5 meses se atienden 2.832 personas de las cuales se entregan anteojos a 1.948 y se derivan 34 pacientes de alta complejidad.

Aprendiendo a cuidarte

Este programa fue especialmente diseñado para la detención y prevención del cáncer de útero y mamas. Se llevó a cabo en Hospitales Zonales y Centros de Salud de toda la provincia.

Fueron atendidas 5.204 mujeres, muchas de las cuales se efectuaban un chequeo (papanikolau) o radiografía de senos, por primera vez en su vida. Se detectaron 105

principios de cáncer de útero de los cuales 96 fueron intervenidos, 35 de seno los que fueron operados, 6 casos por su estado avanzado no pudieron ser controlados.

Para sonreír mejor

Se pone en marcha la 1era. Campaña Preventiva Odontológica que se ocupará de difundir los hábitos que permitan a los niños prevenir caries y cuidarse la dentadura. El plan se difunde en escuelas primarias de la capital provincial y luego se extiende a toda la provincia. Las charlas están a cargo de odontólogos y en su primera etapa se contactará a 8.000 niños entre los 5 y 11 años. Cuando al concluir el plan se cubrieron 720 escuelas y 23.430 alumnos recibieron junto con las instrucciones un cepillo y pasta dentífrica.

PUBLICIDAD NO POLÍTICA, SÍ DE ACCIONES

Todas las acciones contaron con su adecuada publicidad. Las piezas tanto en gráfica como en TV o radio cerraban con la frase:

“Promovido por Eduardo Menem”, estando el nombre del Senador expresado gráficamente como si fuese su firma.

De esta manera se daba un sello personal a toda la comunicación.

La técnica que se usó fue la del reportaje televisivo y radial donde el Senador anunciaba las acciones que se estaban desarrollando, usándose el formato publicitario sólo para comunicar el lanzamiento de los distintos programas o eventos. De esta forma no se recargó con la tradicional comunicación de campaña. Se desarrollaron una serie de spots para TV y afiches con la presencia de expresidente Carlos Menem que en ese momento cumplía un arresto domiciliario por un supuesto desvío de armas a Perú y Ecuador que estaban en guerra, esto hizo que el Partido Justicialista Riojano le ofreciera la candidatura a Senador, la que este declinó, pero si aceptó ir de suplente de su hermano Eduardo.

Es de destacar que el pueblo riojano vivió con gran indignación esa injusta detención, que no fue más que una movida política ante el fracaso del gobierno de la Alianza, que bien quedó expresado por el vicepresidente Carlos “Chacho” Alvarez en una reunión de gabinete “Ya que no podemos darle de comer al pueblo, démosle presos”. A los pocos meses el expresidente fue sobreseído de todos los cargos imputados.

Resultados elecciones en la provincia de Las Rioja- Octubre 2001

Partidos Políticos	%	Senadores
Partido Justicialista	55,50	2
Frente de Todos	33,10	1
Unión Cívica Radical	11,00	--
Frente Popular Riojano	0,40	--