

A photograph of Alberto Fernández, a man with grey hair and a mustache, smiling. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored striped shirt. In the background, a large crowd of people is visible, some holding Argentine flags. A banner with the word "PERONISMO" and the date "26" is partially visible in the upper right background.

Alberto Fernández

Análisis de su candidatura



ArgenPolítica

Introducción

El presente informe tiene como objetivo evaluar las características y posibilidades de **Alberto Fernández** como candidato a la Presidencia de la Nación. Tomando como fuentes los datos que aportan las principales consultoras profesionales, y la percepción de la marcha de los acontecimientos políticos, económicos y sociales de la Argentina, conforme la propia experiencia y formación, se elabora este trabajo utilizando la técnica FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Fortalezas

- Alberto Fernández tiene una imagen de **político profesional**, dialoguista y moderado, lo que lo hace **más aceptable** para sectores de la sociedad en los que la imagen de Cristina Fernández-Kirchner genera rechazos.
- El haber estado **doce años alejado del kirchnerismo** puede generar empatía en muchos votantes que pasaron desde su lugar por una situación semejante, y hoy sienten que es necesario reagruparse para vencer al macrismo.
- Tras la decisión de Cristina Fernández-Kirchner de ungirlo como candidato, **ha retenido** todos los votos que ella contenía, y está en aptitud de conquistar un espacio hacia el **centro** del espectro político, vaciando de contenido a la *avenida del medio*.
- El **peronismo** logró en menos de un año un proceso de **unidad** que parecía imposible. La confluencia del kirchnerismo con Alberto Fernández, Sergio Massa, Felipe Solá, Fernando Solanas, Hugo Moyano y otros, representan la idea de que un justicialismo unido tiene una **fortaleza electoral** que lo ponen en la puerta de una nueva victoria. Quienes se quedaron afuera de este proceso (Lavagna, Urtubey, Pichetto) representan poco más que a sí mismos.
- En el **conurbano bonaerense**, el poderío electoral de Cristina Fernández-Kirchner es un pilar para construir una opción triunfante en toda la provincia, que representa casi el 40% del voto nacional.
- Alberto Fernández puede exhibir los **antecedentes positivos** de su gestión como Jefe de Gabinete de Néstor Kirchner, como un contrapunto de la realidad actual. Además, no fue salpicado por escándalos de corrupción.
- Por ahora, tiene llegada y recibe un trato aceptable de los **multimedios**, en especial de Clarín, a quien le ha prometido públicamente no combatir.

Debilidades

- En sus declaraciones, Fernández –como la mayoría de la clase política argentina- tiende a hablarle a la **parte racional** del votante. Rara vez se dirige a su **mundo emocional** (sólo cuando él mismo parece afectado emocionalmente). Cristina Fernández-Kirchner y Mauricio Macri sí manejan esta herramienta de manera muy eficaz. En el marketing en general, y en el político en particular, se estima que las decisiones que toma el consumidor-votante se generan en su campo emocional, y luego se justifican desde la razón. Desde el retorno de la democracia, observando las campañas de los candidatos victoriosos, siempre hubo una apelación directa, sencilla y clara a las **emociones** del votante.
- Cuando el candidato habla en actos públicos o entrevistas periodísticas, utiliza un **tono de voz monocorde**, con muy pocos matices e inflexiones, y frases algo **extensas**. También se expresa mucho desde la **abstracción**, con pocas remisiones al mundo concreto. Además, específicamente cuando sale por radio, su **voz** se hace poco audible, quizás por pérdida de aire o problemas técnicos de los teléfonos que utiliza.
- El **liderazgo real** del espacio recae en Cristina Fernández-Kirchner, lo que va a ser recalcado por el oficialismo, intentando hacerlo pasar por un candidato débil y manejable.
- En el manejo de **recursos tecnológicos**, como la *big data*, uso de redes sociales y nuevas formas de comunicación política, el justicialismo está **un paso atrás** del oficialismo.
- En las provincias ligadas a la **producción agropecuaria**, el gobierno tiene bases electorales más sólidas. El candidato deberá ofrecer garantías de un proyecto de prosperidad sustentable para esas regiones. De todos modos, conviene recordar que tras la batalla entre el kirchnerismo y el campo –tras la cual, Fernández se alejó del gobierno- tan sólo dos años después, en esas regiones Cristina Fernández-Kirchner obtuvo contundentes victorias.

Oportunidades

- Los datos de la economía real son el mejor marco para la campaña justicialista. La inflación, la desocupación, la recesión, la pobreza, el abandono social y el malhumor generalizado constituyen el territorio ideal para cualquier candidato opositor. En las encuestas, puede verse que los temas económicos están a la cabeza de las preocupaciones de los ciudadanos, por lo que no le costará al candidato imponer estos temas en la agenda electoral, determinando que el **escenario de la batalla será claramente económico social**.
- Mientras el oficialismo se postula como el mal menor, Alberto Fernández tiene que presentarse como portador de un proyecto de **esperanza** que ofrezca un **futuro** distinto para millones de argentinos hoy cercados por la falta de horizontes, logrando así el cambio en la emoción del votante: de la decepción a la ilusión.
- El mensaje del Frente de Todos **no debe ser de restauración** del orden interrumpido en 2015, sino de oferta de un **futuro distinto**. El kirchnerismo perdió las elecciones de 2009,

2013, 2015 y 2017, por lo que no le conviene invocar ese momento como un lugar anhelado para regresar.

- Puede ofrecerse –y ser aceptado como tal por la sociedad- como un articulador y generador de **consensos** en la construcción de un proyecto de unidad nacional, con desarrollo económico y justicia social.

Amenazas

- El gobierno cuenta con la ventaja de manejar los tres **aparatos** más poderosos (Nación, Provincia, Ciudad), y de ser apoyado sin disimulo por los grandes **multimedios**, las cámaras empresarias y los principales **factores de poder**.
- Si el gobierno logra prolongar el actual estado de calma de las variables económicas, en especial el tipo de cambio, podrá desviar la atención hacia otros temas en los que se siente más fuerte, como la obra pública, la inserción internacional o la **corrupción** de la gestión anterior. Con relación a este último tema, más allá de la verdad de los expedientes judiciales, en el imaginario social ya se instaló como una **verdad irrefutable**, al menos antes de la elección, por lo que no cabe gastar energías en desbaratar ese argumento, lo que además sería pelear en el territorio preferido por el adversario.

Buenos Aires, julio de 2019



Mariano Rovatti

Abogado, coach ontológico, analista político.

Profesional del servicio público en el GCBA desde 2006.

www.marianorovatti.com.ar

www.argenpolitica.com.ar