

L

La “emergencia comunicacional” que sacudió a La Moneda en su segunda semana

La decisión la tomó rápido. El jefe de comunicaciones y contenidos del Segundo Piso, Cristián Valenzuela, la mañana del miércoles le informó rápidamente a su equipo que él asumiría la responsabilidad del primer error comunicacional que marcó la segunda semana del gobierno del Presidente José Antonio Kast.

La noche anterior, el ministro de Hacienda, Jorge Quiroz, se había desmarcado del relato comunicacional del Ejecutivo -que se había difundido por las cuentas oficiales en redes sociales- para explicar los cambios al Mecanismo de Estabilización de los Precios del Combustible (Mepco), que significaría un alza en los precios.

“Yo jamás ocuparía esa palabra”, dijo el titular de Hacienda, en alusión al concepto de “Estado en quiebra” que se había plasmado en Instagram y X. A esas alturas, la frase ya había generado críticas en la oposición y las palabras de Quiroz solo confirmaron el golpe.

En cuestión de horas, lo que había sido definido como línea argumental para sostener una medida impopular se transformó en un problema político y comunicacional. La señal de Quiroz descuadró al equipo de Comunicaciones.

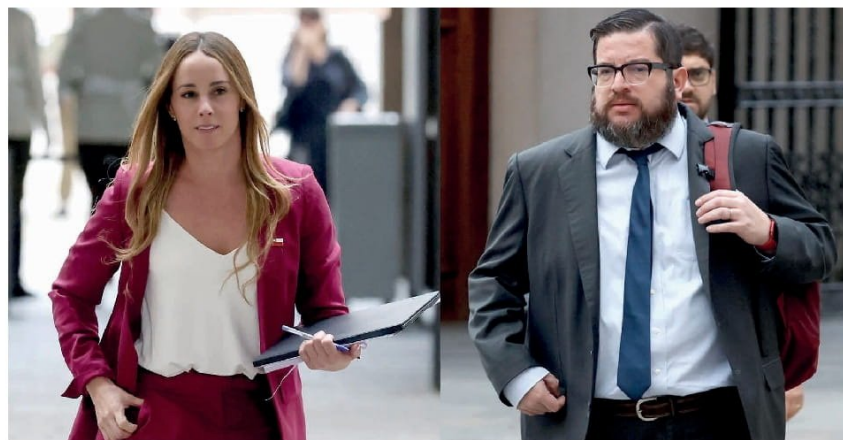
Por lo mismo, Valenzuela abordó el tema con el director de la Secretaría de Comunicaciones (Secom), Felipe “Yeti” Costabal; la jefa de prensa de Presidencia, María Paz Fadel, y otros integrantes del equipo.

Tras un intenso intercambio interno, la decisión fue alinearse con Hacienda: bajar las publicaciones y asumir el costo político para intentar contener la polémica, la que también generó que la Contraloría General de la República se pronunciara y pidiera antecedentes.

Así, la responsabilidad recayó en Valenzuela, uno de los asesores más cercanos a Kast y quien ha trabajado con él por años. Y es que no se trataba de un error aislado radicado en los equipos de redes sociales. El concepto de “Estado en quiebra” formaba parte de una minuta que circuló la noche del lunes -tanto en el oficialismo como en la oposición- y que buscaba ordenar el mensaje tras el

Un mal debut de la vocera de gobierno y el fallido relato del “Estado en quiebra”, desautorizado por el propio ministro de Hacienda, desordenó al equipo de Comunicaciones y forzó un rápido retroceso en Palacio. El episodio coronó una seguidilla de tropiezos y profundizó los primeros cuestionamientos a la estrategia de copamiento de la agenda.

Por Rocio Latorre y Paula Catena



► La ministra vocera de gobierno, Mara Sedini; y el director de comunicaciones, Cristián Valenzuela.

anuncio de Quiroz.

Por lo mismo, la evaluación fue que la responsabilidad debía escalar. Con un perfil público más curtido -marcado, entre otros episodios, por sus columnas de opinión en La Tercera, la más polémica cuando hizo alusión a los “parásitos” del Estado-, Valenzuela podía absorber el costo, aun cuando eso implicara acercar la controversia al entorno más directo del mandatario.

Aunque en Palacio desdramatizan la movida de la Contraloría -que ofició a la Segegob para requerir antecedentes por el uso de cuentas oficiales en la difusión del concepto de “Estado en quiebra”, en La Moneda asumen que, más

allá de que la respuesta formal recaiga en esa cartera, el contenido de la explicación pasará necesariamente por el escritorio de Valenzuela, dada su injerencia en la definición y difusión del mensaje con el que esperan zanjar la controversia.

Una semana cuesta arriba

El episodio terminó por condenar una semana particularmente compleja para el frente comunicacional del gobierno. La mañana siguiente al anuncio del alza de los hidrocarburos, la vocera de gobierno, Mara Sedini, había protagonizado una aparición mal evaluada en el matinal Tu Día, de Canal 13.

Allí se mostró dubitativa e incurrió en errores que incomodaron al equipo, como cuando afirmó que el precio del barril de petróleo en España estaba en dos euros. La vocería posterior de ese martes en Palacio tampoco logró revertir esa impresión.

Los traspies, en todo caso, no son nuevos. Durante el período de instalación, Sedini ya había enfrentado flancos. Uno de ellos se abrió tras una entrevista en La Tercera, en que señaló que las conversaciones con Trinidad Steinert para asumir el Ministerio de Seguridad “llevaban un buen tiempo”, cuando la fiscal aún se encontraba en ejercicio.

A eso se sumó la controversia

por la decisión de la entonces Oficina del Presidente Electo (OPE) de suspender las bilaterales de traspaso, en medio de la polémica por el cable submarino chino. En ese episodio, la vocera no logró precisar quiénes estaban al tanto del llamado de Boric a Kast y de los contactos del equipo de Boric a los asesores del entonces presidente electo.

El malestar también comenzó a aflorar desde el oficialismo. Durante el fin de semana previo, el jefe de bancada de RN, Diego Schalper, había instado públicamente a ordenar la comunicación del gobierno, en momentos en que La Moneda apostaba por copar la agenda con diversos anuncios e iniciativas.

En Palacio reconocen que la comparación es inevitable. Sedini asumió el rol tras la prolongada y consolidada presencia de Camila Vallejo como vocera, quien se mantuvo durante casi todo el gobierno anterior -con excepción de su período de pre y posnatal- y logró instalar un estilo reconocido por su manejo político, pese al ruido que generaba su ausencia cuando la anterior administración enfrentaba crisis.

En ese contexto, fortalecer a la líder de la Segegob -y evitar su desgaste prematuro- se volvió una prioridad.

Este viernes, tras la reunión del equipo “Chile Sale Adelante” -integrado por Interior, Hacienda, Transportes, Energía y la propia vocera- se buscó mostrar un giro. La ministra encabezó la vocería y, según evaluaciones internas, se le vio con mayor aplomo y claridad.

Fue en esa misma instancia que el ministro del Interior, Claudio Alvarado, salió a respaldarla. “Un gobierno siempre está expuesto a la crítica política (...), pero este es un gobierno que ante las emergencias y crisis no se desordena”, afirmó. Y reforzó: “Muchas veces puede haber interpretaciones respecto de un dicho, una gráfica, una palabra, pero este gobierno actúa de manera cohesionada y ordenada”.

El propio Presidente Kast hizo lo suyo. Desde una actividad en el centro de distribución de Walmart, donde fue acompañado por la vocera, le dedicó un gesto público: “Te doy las gracias, Mara, por todo el trabajo acucioso que estás realizando”.

En paralelo, el equipo ha reforzado la preparación de la ministra para cada intervención pública -en coordinación directa con el Segundo Piso, donde trabaja sus vocerías junto a Cristián Valenzuela-, afinando minutas y anticipando escenarios complejos.

A nivel interno, en tanto, ministros han manifestado su apoyo en los chats de coordinación del gabinete, en una señal de cierre de filas tras una semana marcada por los tropiezos.

Copar la agenda, pese al ruido

Pese a la “emergencia comunicacional”, en La Moneda descartan un escenario donde hayan perdido la agenda. Tanto la Secom como el equipo de Valenzuela han seguido de cerca el impacto de las medidas -especialmente el alza de combustibles- en los sondeos de opinión. La lectura es que el costo ha sido menor al previsto.

Con ese diagnóstico, pese a las críticas que han surgido del propio sector, la definición ha sido no retroceder en la estrategia de copamiento. Por el contrario: el objetivo sigue siendo marcar un contraste con la administración anterior, con un presidente activo y desplegado en terreno.

Parte de ese diseño implica asumir ciertos riesgos. En Palacio reconocen que existen minutas pensadas para circular -incluso filtrarse- y que esa dinámica contribuye a instalar temas en la discusión pública, tanto en medios como en redes sociales. Pero ese mismo nivel de saturación de la discusión pública, admiten en privado, también aumenta la exposición a errores no forzados.

En ese esquema, también se contempla un rol más activo de la vocera, ampliando su presencia hacia temas sectoriales, más allá de la habitual vocería dentro de La Moneda.

Las primeras dos semanas de gobierno, dicen en el Ejecutivo, se han sentido como seis meses. Costabal ha sostenido conversaciones con exjefes de la Secom y otros analistas, en un intento por ajustar la estrategia en tiempo real.

El calendario, diseñado durante la transición en la OPE -que se condensa en cuatro conceptos: preparar, asumir, trabajar y cumplir- fija un primer hito claro: la cuenta pública. En Palacio la observan como el verdadero test para evaluar el desempeño comunicacional del gobierno y, eventualmente, como el punto de partida de un nuevo ciclo.

Ahí, incluso, podría producirse un ajuste en la estrategia comunicacional. El eslogan “Trabajando para usted”, que ha acompañado las primeras semanas, podría dar paso a otro para marcar un nuevo capítulo del gobierno. La apuesta es que, superada la fase inicial -marcada por la urgencia-, el Ejecutivo logre instalar un concepto más nítido sobre el sello de su administración.●