

Fecha: 01-04-2026
Medio: La Segunda
Supl.: La Segunda
Tipo: Noticia general
Título: Correa: "La pérdida de popularidad de Kast no es tan estructural como la de Boric"

Pág.: 5
Cm2: 672,4

Tiraje: 11.692
Lectoría: 33.709
Favorabilidad: ☐ No Definida

Analista y primeras semanas del Gobierno

Correa: "La pérdida de popularidad de Kast no es tan estructural como la de Boric"

Asegura que Kast y sus ministros han sido consecuentes con lo que se dijo en campaña. Y sobre rol de los asesores, recuerda que "en un sistema presidencial como el chileno, los protagonistas son el Presidente y sus ministros. Todos los demás son obreros".

Paula Pincheira

El domingo 22 de marzo pasado, un día antes del anuncio formal sobre un alza histórica de las bencinas, el analista y exsubdirector de la Secom Carlos Correa dijo que los ajustes del MEPCO eran la primera prueba de fuego real o de Kast: sostener decisiones impopulares sin perder el control del relato.

Diez días después, y con una baja sostenida en las encuestas, ¿cree el director de Qualiz que Kast está pasando esa prueba? "Lo importante es que el Presidente sostuvo sus decisiones y a sus ministros. O sea, tiene una convicción profunda de aguantar, de no ceder a la primera presión. Y pone su propia aprobación en juego".

Además, "no hubo la conmoción social que algunos anticipaban. Las manifestaciones fueron menores, en parte porque la ciudadanía hoy tiene mayor rechazo a la violencia tras el estallido social".

Pero, anota, "si bien el gobierno no es responsable del alza de la gasolina, sí lo es de cómo la comunica y la gestiona. La frustración y el enojo están muy instalados. El problema principal fue comunicacional: se anunció el lunes algo que ocurriría el jueves, dejando a la gente durante dos días anticipando el impacto, haciendo filas en las gasolineras y mascullando su molestia. Y el gobierno intentó instalar que la responsabilidad era del gobierno anterior, lo que no fue creíble. La gente terminó enojándose".

—¿O sea, Kast ha sido consistente con lo que prometió y el problema es cómo su equipo transmite las medidas?

—Exactamente. No hay un problema de coherencia: las decisiones son consistentes con lo que Kast dijo en campaña. No hay engaño, y eso es clave. Distinto a lo que pasó en su momento con Boric: la curva en su caso se dio una vuelta en la aprobación cuando fue el quinto retiro, porque la gente se sintió engañada... Boric siendo diputado había apoyado con pasión los retiros. Y ahora se oponían. Entonces hubo una sensación de traición... era el diputado Boric versus el presidente Boric. En este caso, no hay el candidato Kast versus el presidente Kast, son los mismos. Acá lo que hay es enojo por una medida dura mal explicada.



—¿Este enojo podría ser reversible?

—Sí, porque no es estructural. No es como el caso de Boric, donde la pérdida de confianza fue más profunda. Aquí hay confusión y molestia, pero no una sensación de engaño. Tienen que tomar una medida dura y no tienen la delicadeza de explicarla bien. Y no entrar en el panfleto de decir que es porque el país está en quiebra, porque además no es así y tuvieron que recular.

"Kast estuvo clarito, certero"

—¿El problema entonces es del equipo comunicacional?

—Más que de personas, es un problema de diseño. Yo entendí del Presidente (en su conferencia con Archi) que no tiene



Si bien el gobierno no es responsable del alza de la gasolina, sí lo es de cómo la comunica y la gestiona. Y la frustración y el enojo están muy instalados".

ganar de cambiar a nadie, porque los respaldó a todos. Además, cambiar un ministro a dos semanas sería un récord... Pero también se está dando cuenta de los errores, porque no solamente bajan el famoso término de "país en quiebra", sino que retrocede en el tema de ajuste en seguridad. Por otro lado, el Gobierno no puede sacar la carta del Presidente cada vez que están en problemas. Los ministros son los fusibles. Lo que hizo el presidente en Archi fue una vocería muy buena; me gustó mucho en forma y en fondo. Clarito, certero. Pero el Presidente no es el vocero del gobierno.

"Yo creo -reflexiona- que el problema de la vocería es más de diseño que de desempeño. Sigo pensando que la ministra Mara Sedini tiene talento y capacidades pero hay un problema de diseño. Los ministros son actores políticos, no son speakers, no son voceros técnicos como en Estados Unidos. Si la designaron ministra, es porque es ministra, no porque es speaker. Y si no es así, y ellos no quieren que sea así, bueno, cambien el diseño".

—Ayer se viralizó un video donde se ve a Sedini corriendo ante la prensa...

—Le sigo teniendo fe, pero hay un tema de forma que debe ser corregido, porque las formas importan en comunicación.

—¿Y el rol del Segundo Piso con Alejandro Irarrázaval, o de asesores como Cristián Valenzuela?

—En un sistema presidencial como el chileno, los protagonistas son el Presidente y sus ministros. Todos los demás son obreros y personas de segunda línea y de bajo perfil. No existen "Rasputines". Los asesores son eso: asesores.

—Se acaba de conocer que el gobierno anunció "pausará" el despido de la directora del Sernam en medio de su cáncer. ¿Es el primer gran error político y comunicacional del gobierno?

—La salida de la directora del Sernam no solo era un acto inhumano, sino un error político grave que fue advertido por su propio sector. Es buena noticia que hayan recapacitado y ahora tendrán que manejar lo que suele ocurrir: el festival de las culpas. Si eso se instala en la estructura del gobierno, vienen tiempos turbulentos.

—A raíz del "país en quiebra", es inevitable la comparación con campañas anteriores, como "los poderosos de siempre" en Bachelet 2 y su reforma tributaria. Ud. estaba en la Secom.

—No es comparable. En ese caso, la comunicación estaba alineada con un proyecto de ley, la reforma tributaria de Bachelet 2, y fue validada institucionalmente. Aquí, en cambio, el concepto de "país en quiebra" no se vincula a una política concreta. Y la comunicación que se hizo tenía la aprobación del entonces ministro de Hacienda (Alberto Arenas), aunque él lo negó después. Nosotros (con Paula Walker, la Secom de la época) no hubiésemos hecho eso si no hubiésemos tenido la aprobación expresa del ministro de Hacienda. De hecho fue una petición que él le hizo a la SECOM. La comunicación del gobierno debe referirse a las políticas de gobierno. No es opinología, no es campaña.

"No hay incoherencia" en Quiroz

—Y el ministro Jorge Quiroz, ¿tiene demasiado poder? El anuncio de suspender el recorte del 3% en algunos ministros es su primer baño de realidad.

—El ministro está haciendo exactamente lo que se prometió en campaña. No hay incoherencia. El ajuste fiscal es necesario si quieren avanzar en una reforma tributaria. No hay muchas alternativas: o reduces gasto o no puedes bajar impuestos. Nuevamente, acá ya no hay ninguna sorpresa porque Quiroz fue el principal asesor económico del candidato. Y Quiroz asesor del candidato es igual al Quiroz ministro. El ministro de Hacienda está haciendo lo que el gobierno dijo que iba a hacer. La gente votó por ellos y ganaron sin dificultad.