



En sus últimos meses de gobierno

10 rostros tras la estrategia comunicacional de Boric: incluye a exasesora de Bachelet

Periodistas, sociólogos, científicos políticos y un psicólogo forman parte de su staff. Expertos advierten un giro en la estrategia comunicacional del Presidente, con menos exposición y foco en cerrar bien el gobierno.

Nicolle Peña

Hoy hablará de educación en la Cepal. El martes, dijo que cuatro años eran pocos para gobernar y el lunes se fue en picada contra el presidente de EE.UU. Donald Trump. A casi seis meses de que termine su mandato y dividiendo su tiempo entre el trabajo y su nuevo rol de padre -que también ha expuesto en sus redes sociales- el Presidente Gabriel Boric ha pasado los últimos días entre inauguraciones de obras, encuentros empresariales, culturales y labores propias del cargo.

Tras el accidente de los mineros en El Teniente y hasta el cambio de gabinete del 21 de agosto, el Mandatario mantuvo un perfil discreto. El 4 de agosto, por ejemplo, publicó en su Instagram una noticia sobre la tala de araucarias, tres días después llamó a los jóvenes a seguir siendo rebeldes en el Congreso Jóvenes Futuro, el 13 de agosto asistió a la implementación de salud digital rural en Coltauco y el 20 de agosto fue a la celebración del natalicio de Bernardo O'Higgins, en Chillán.

Al considerar que los temas que ha abordado no son los más relevantes para la ciudadanía -como seguridad- la semana pasada el analista Carlos Correa dijo a este medio que "da la sensación que el postnatal del Presidente dura hasta el 11 de marzo". A juicio de otros expertos en comunicaciones estratégicas, en las últimas semanas se ha observado una menor exposición del Presidente y una construcción de un "Boric post-presidencial".

Minutas y discursos

Más allá del sello y los énfasis personales, cada mandatario cuenta con un equipo abocado a la estrategia comunicacional. En el caso de Boric, su brazo derecho es la periodista **Nicole Vergara**, quien es su directora de comunicaciones y forma parte de su círculo de estrecha confianza. Otra pieza clave es **Manuel Guerrero**, jefe de contenidos. De acuerdo a su informe de actividades publicado en Transparencia, en julio el sociólogo revisó "16 minutas y 21 discursos para actividades presidenciales nacionales e internacionales", entre otras tareas.

Al equipo de este último pertenecen

el psicólogo y doctor en pedagogía, **Ernesto Águila**; la periodista y magíster en ciencias políticas, **Mariana Ardiles**; la científica política **Andrea Escobar**; el "experto en creación y edición de contenidos", **Carlos Maldonado**; la abogada **Carla Mix**; la socióloga y magíster en ciencia política, **Jennifer Morgado** y **Fabiola Berrios**, científica política y magíster en gobierno, políticas públicas y territorio. También asesora "en materia de comunicaciones" según Transparencia a Presidencia la exdirectora de prensa de Michelle Bachelet y directora de la fundación de la exmandataria, Horizonte Ciudadano, **Haydeé Rojas**. Su informe de actividades de julio dice que realizó un "análisis comunicacional institucional", asesoró la coordinación de las actividades presidenciales y participó "en reuniones de coordinación y trabajo con equipos de la Presidencia".

Consultados sobre quién maneja las redes sociales del Presidente, quiénes lo



Fuente: Transparencia



En el último tiempo hay un esfuerzo más claro por controlar la pauta, reducir la exposición y encauzar los mensajes". **Cristina Bitar**, Azerta

"El Presidente ha empezado a proyectar su propio liderazgo"

Cristina Bitar, socia directora de Azerta, percibe "un giro relevante" en la estrategia comunicacional de Boric. A su juicio, en "el último tiempo hay un esfuerzo más claro por controlar la pauta, reducir la exposición y encauzar los mensajes con mayor dirección institucional". En paralelo y desde que se definió la candidata única del oficialismo, acota, "el Presidente ha empezado a proyectar progresivamente su propio liderazgo. No sé si responde a un diseño estratégico o a un ins-

tinto personal, pero se percibe una construcción del *Boric post-presidencial*, con gestos que apuntan más al futuro que al presente".

En este nuevo orden comunicacional, agrega Bitar, "hay un mayor uso de los ministerios sectoriales y de las vocerías de gobierno, lo que permite al Presidente concentrarse en señales de liderazgo y posicionamiento político". En este último afán enmarca la remoción de Esteban Valenzuela del ministerio de Agricultura tras la decisión del FRVS de llevar una lista parlamentaria paralela en el oficialismo, o la crítica a Trump tras su intervención al Smithsonian. "Son dos señales sobre el tipo de líder que quiere proyectar y me parece que el destinatario de esas señales no es el electorado de hoy sino el de mañana", sostiene Bitar.

Cristóbal Portales, socio Sway Latam Consultores, considera que "hay una permanente improvisación" sin definiciones consistentes, con una estrategia comunicacional que suele ser más "reactiva" que prudente y coordinada. "La presencia existe solo en unos pocos discursos oficiales y mayoritariamente en redes. Pero no en un esquema deliberado o interactivo", afirma.

Sobre cómo los mensajes del gobierno -y en particular del Presidente- impactan en la campaña de la candidata del oficialismo, Jeannette Jara, Bitar, recalca que "el mejor apoyo que puede dar el Presidente a la candidata de su coalición es mejorar la percepción general sobre el Gobierno", impactando en los temas de discusión social a través de su agenda.

Rodrigo Uribe, director de postgrado FEN U. de Chile, exasesor de la Secom y director de estudios de Presidencia durante Bachelet, cree que el gobierno "está más bien observando cómo se desarrolla la campaña, que es el escenario que se abrió desde hace de una semana más o menos y que aún está muy dinámico". En ese escenario indica que es positivo "mantenerse al margen" de las escaramuzas entre partidos y candidaturas, aunque recalca que es importante desarrollar un relato contundente frente a los ejes de campaña.



Hay una permanente improvisación".

Cristóbal Portales, Sway Latam

"Dado el clima de opinión favorable a las candidaturas de derecha, creo que lo más lógico es que el Gobierno esté más preocupado de cerrar bien y estar mostrando trabajo hasta el último día (por ejemplo, en seguridad ciudadana). No veo muy lógico hoy involucrarse y jugarse totalmente a fondo por una candidatura en el corto plazo, más aún mientras no prenda en la opinión pública. La experiencia del referéndum de la primera propuesta constitucional creo que debiese haber enseñado eso", señala Uribe.