

“¿Vieron esto? Vienen las 61 propuestas presidenciales del Presidente”. Eran casi las 11.20 de la mañana del sábado 1 de junio cuando un asesor de los diputados de RN reenvió un link en el chat que tiene con algunos de los parlamentarios de su partido. Al hacer clic, los diputados se toparon con la sorpresa. La web, alojada en un sitio oficial del gobierno, traía los avances por área y, al final, la información más preciada: un listado con todos los anuncios que ese mismo día haría Boric. “Van con aborto, vean la 42, alertó un diputado.

Hacia solo 16 minutos, el Presidente Gabriel Boric había cruzado por el Salón de Honor del Congreso para dar inicio a su tercera cuenta pública. El país entero estaba expectante a lo

que sería su discurso. Algunos de los presidentes de partidos del oficialismo, que lo recibieron sentados en primera fila, hacía menos de 24 horas habían estado en Cerro Castillo en una reunión con la ministra del Interior, Carolina Tohá (PPD). En esa cita, sin embargo, nada se les adelantó de los anuncios que realizaría el Mandatario.

Ese hermetismo duró poco. Antes de las 11.30, cuando Boric recién iba en la primera parte de su discurso destinado al eje de seguridad, todos sabían que Boric anunciaría el envío de un proyecto de ley de aborto legal. Hasta diputados como Diego Schalper (RN) ya lo habían posteado en la red social X, generando las primeras críticas.

A esa hora, el apartado con las 61 propuestas se había bajado de la web, pero la molestia estaba extendida en los equipos comuni-

cacionales del gobierno. Un error en la anticipada publicación digital fue el culpable del primer traspíe de la cuenta pública. El inconveniente, de hecho, le costó el cargo a la jefa del departamento digital de la Secretaría de Comunicaciones (Secom), Nicole Otazo (FA), quien presentó su renuncia y fue aceptada ese mismo día.

El tropiezo no solo quedó ahí, sino que puso todas las miras -otra vez- sobre el director de la Secom, Pablo Paredes (FA).

El controvertido publicista que dirige las comunicaciones del gobierno se ha transformado, por ahora, en un verdadero sobreviviente. Ha habido cambios en ministerios clave del comité político, en la jefatura de los asesores presidenciales, en los jefes de gabinete de Boric, en la Dirección de Comunicaciones de Presidencia y en todas las direcciones del Segun-

do Piso. Pese a todos esos movimientos, Paredes ha resistido los embates que ha recibido la administración Boric en estos dos años y medio de mandato.

La salida de Otazo produjo otro comentario obligado en los pasillos de La Moneda. En algunos ministerios no pasó desapercibido que los costos del error los pagara alguien de menor rango. Sin embargo, en el gobierno retuercan diciendo que ante errores que son técnicos y no políticos, es lo que corresponde.

El tropiezo con la página web no fue lo único. Una semana después, los partidos oficialistas lanzaron una vez más sus dardos hacia Paredes, debido a la poca difusión que, según las colectividades, tuvieron las primarias municipales.

Vallejo, la favorita

Conducir las comunicaciones del gobierno ha sido una verdadera tormenta para Paredes, pero las dificultades ha podido esquivarlas, en parte, gracias a una gran aliada al interior de La Moneda: la ministra Camila Vallejo (PC).

La vocera no solo es, en términos orgánicos, su jefa, sino que, además, se ha convertido en una pieza clave de Palacio, con quien ha logrado articular su poder e influencia. Esta alianza ocurrió desde el inicio, ya que ambos se conocían de antes y, además, compartieron el trabajo durante la campaña presidencial.

Algunos ministros y asesores comunicacionales comentan, en privado, que durante la primera parte del gobierno era muy marcada la inclinación de Paredes en favor de Vallejo, lo que se podía ver, dicen las mismas fuentes, en algunos de los informes o en el tipo de actividades de prensa que terminaban en manos de la Segegob.

La crítica ha sido un fantasma constante alrededor de la figura de Paredes. En el gobierno hay quienes entienden esa percepción, sobre todo durante los primeros meses, pero comentan que la apuesta de la Secom “nunca fue trabajar solo para Vallejo”.

Con casi tres años de trabajo en el cuerpo, quienes conocen de la tarea de Paredes cuentan que esa percepción se disipa al ver cómo han ido evolucionando las cifras de conocimiento y aprobación de otros ministros.

En ese grupo hay jefes de cartera, como la ministra de la Mujer, Antonia Orellana (FA), cuya primera evaluación -según mediciones internas- era de 20% y ahora, en el indicador de máximo conocimiento y aprobación, las cifras cambiaron a 50% y casi 65%, respectivamente. Lo mismo ocurre con otros ministros, como el titular de Transportes, Juan Carlos Muñoz, quien asumió con 12% de conocimiento y ahora bordea el 50% en ese mismo indicador.

Los rípios en el despliegue de Paredes como el estratega comunicacional de La Moneda no solo han estado en este punto. Durante al menos dos años las relaciones entre la Secom y la Dirección de Comunicaciones de Presidencia -bajo la jefatura de Tatiana Klima- fueron el campo de una constante y soterrada disputa.

En ese período, de hecho, Paredes debía mantener contacto con el jefe del Segundo Piso, Miguel Crispi (FA), a quien conoce desde la fundación de RD, o con el exjefe de gabinete de Boric, Matías Meza-Lopehandía (FA), o su sucesor, Carlos Durán (FA), de quien



Pablo Paredes

Otra vez en boca de todos

El publicista se ha transformado en uno de los escasos sobrevivientes de los equipos más cercanos al Presidente. Bajo la protección de la ministra Camila Vallejo, ha conseguido -pese al mar de críticas que abundan en su contra- consolidar su apuesta en la Secom, aunque con un deterioro progresivo de su influencia.

Por **Juan Manuel Ojeda**

es cada vez más cercano. En La Moneda, de hecho, son conocidas las desavenencias que tuvieron Klima y Paredes.

Ese terreno hostil quedó en el pasado. Cuando Boric decidió remover a Klima y en su reemplazo puso a la periodista Nicole Vergara -con quien la Secom venía trabajando de antes- las relaciones mejoraron. Al nivel que, comentan en Palacio, Paredes consiguió un segundo punto de apoyo para afirmarse en su cargo. Pero sus alianzas no solo se quedan ahí.

Además de Vallejo hay una segunda ministra influyente que, en el último tiempo, también ha logrado una buena articulación con la Secom. Se trata de la ministra Tohá, quien conocía a Paredes desde antes de que llegara al gobierno.

Tohá, rápidamente, llenó todos los vacíos que había dejado la exministra Izkia Siches, quien es recordada por su débil y fracasado manejo de la seguridad en uno de los ministerios más importantes de La Moneda. El buen trabajo conjunto, comentan en Palacio, ha permitido "aceitar" el cambio de relato que Boric se vio obligado a hacer para tomar la seguridad como una de sus principales banderas.

El sobreviviente

Una de las debilidades de la Secom de Paredes, al menos durante el primer año de gobierno, fue la relación con los partidos del Socialismo Democrático. Esa fue una de las razones por las que en julio del año pasado fichó como asesor externo al periodista Juan Carvajal. El socialista es un viejo conocido de Paredes, a quien conoció gracias a la amistad que los cruza con el exministro Ricardo Solari (PS). Carvajal fue el director de la Secom durante el primer gobierno de la expresidenta Michelle Bachelet. Por lo mismo, el encargo no fue algo desconocido para él.

De hecho, fuentes de Palacio aseguran que al principio Carvajal ayudó a ordenar el diseño de la Secom. El periodista ha tomado autonomía, conversa diariamente con Paredes -a quien respeta y cuya relación ha funcionado bien-, pero no duda en llamar directamente a ministros para ejercer sus funciones.

De esta forma, el periodista es una de las figuras principales de la plana mayor de la Secom. A él se suma el subdirector Sebastián Fierro (PC); Javiera Toledo, quien está a cargo de la coordinación del equipo; el director de Estudios, Claudio Villegas (FA), y Cristóbal Cortés (FA), quien está al mando de la red de apoyo de vocerías.

Durante su dirección, Paredes ha puesto sus energías en intentar instalar un relato, algo de lo que hace gala desde que creó la icónica imagen del árbol de Boric durante la campaña presidencial. Sin embargo, su última apuesta por lo que ha denominado la "normalización" del estado del país no logra vencer frente a las evidentes debilidades de su sustento. La más clara: que parte importante de la opinión pública considera que los intentos de desestabilización fueron alentados por el Frente Amplio (FA) y el PC.

Pero ese mismo relato se vio opacado por el anuncio de aborto. Pese a eso, el análisis no es negativo, ya que el compromiso del envío de ese proyecto de ley para diciembre de este año permitió "abrir la cancha" de un gobierno que llevaba mucho tiempo de forma

"disciplinada", poniendo toda su energía solo en dos áreas: Economía-Hacienda y Seguridad-Interior. Junto con eso, abrió la agenda a que la conversación permita la irrupción de otros ministerios, como Mujer, Salud, Justicia, entre otros, sostienen en Palacio.

A Paredes también se le achaca cierta dificultad para instalar temas en los medios tradicionales. Por lo mismo, hay algunos asesores comunicacionales que afirman que esa es la razón por la cual existe la iniciativa "Gobierno informa", así como continuamente se le enrostra al líder de la Secom su ausencia de vínculos con directores y editores de medios. "Nunca cuajó", dice un conocedor del tema. Eso explica, en parte, que el gabinete de Vallejo -y la propia ministra- se haya tenido que involucrar para reforzar esa labor.

Lo que es evidente en buena parte de La Moneda es la debilidad de Paredes por la supuesta influencia de las redes sociales. Esta inclinación queda en evidencia en las exposiciones que suele hacer, por ejemplo, en las reuniones de agenda que tiene los viernes en la tarde junto a Vallejo, Tohá, el ministro Segpres, Álvaro Elizalde (PS), y Durán.

Aquí no solo se expone el gráfico que muestra el nivel de control de agenda -con curvas verdes, amarillo y rojo-, sino que también se enfatizan los resultados sobre conversación digital generada por el gobierno. De hecho, las cifras de redes sociales son materia orgullo para la Secom. Si en 2022 funcionaron con poco más de 110 campañas pagadas, este año la planificación contempla más de 170. Facebook lo recibieron con casi 500 mil seguidores y han subido en más de 60 mil. En X, por ejemplo, el alza ha sido de casi 300 mil seguidores. TikTok es otra de las redes que también han crecido, pasando de 20 mil seguidores en 2022 a casi 200 mil a junio de este año.

El análisis -en todo caso- no es compartido en todos los niveles de Palacio. De hecho, se recuerda con nitidez la ácida crítica de Tohá cuando desembarcó en el gobierno y se unió a este tipo de reuniones. La flamante nueva ministra del Interior advirtió la debilidad del análisis sostenido sólo en el movimiento de redes sociales y demandó poner más elementos sobre la mesa.

Las últimas arremetidas oficialistas en contra de Paredes fueron la levantada por la presidenta del PS, Paulina Vodanovic, a propósito de lo que consideró escasa difusión de las primarias legales. La batalla significó la primera confrontación entre las alianzas del gobierno y benefició al FA, que exhibió mejor despliegue territorial en la Región Metropolitana.

A ello se sumó la molestia de la ministra del Trabajo, Jeannette Jara (PC), porque se filtró la advertencia que hizo Secom por la campaña del gobierno por la reforma previsional, lo que fue considerado una deslealtad del equipo de Paredes.

Y es que aunque el influyente líder de la Secom suma días de sobrevivencia en La Moneda, en el trayecto ha deteriorado su relación con más de un ministro, como la titular de Salud, Ximena Aguilera; de la Mujer, Antonia Orellana, y de Vivienda, Carlos Montes (PS), quienes incluso -señalan en el oficialismo- suelen tardar en contestarle el teléfono. ●