Los que no salen en la foto

Jorge Cordero F.
Faro UDD



Los colaboradores cercanos al Presidente juegan un rol fundamental. Ministros y asesores clave comparten la misión de blindarlo frente al error y la sobreexposición. Pero mientras los primeros están expuestos, hay asesores que trabajan desde dentro. Sus funciones, aunque sin luces, gozan de una jerarquía superior: contribuir a la deliberación presidencial, no para influir, sino para cuidar al Mandatario. Incluso contradiciendo y discutiendo con él si es preciso. Si estos roles no funcionan o se seleccionan mal, los errores se multiplican.

Es un oficio un tanto ingrato, porque el poder, que es humano, tiende a premiar la cercanía y castigar la franqueza. Lo que se vuelve más difícil cuando los asesores son, además, amigos de toda la vida. En La Moneda existen al menos tres que tienen este rol. Me remito a ellos en el orden en que una decisión los recorre.

El primero es el jefe de asesores del Segundo Piso. No sustituye al Presidente ni a sus ministros; no debe ser un gerente que supervisa la ejecución de cada cartera, ni tampoco un empresario. Debe poder analizar políticamente, con razonamiento sociológico, prospección y mirada de largo plazo. Leal, pero con cierta distancia crítica. Necesita entender de política pública y anticipar las expectativas de los demás. Si, en cambio, refleja los afectos del Presidente o intenta reemplazarlo, solo confirma sus sesgos y falla.

"Varios de los tropiezos de estos ocho meses se gestaron dentro de La Moneda".

El segundo recae en aquellos que custodian la firma presidencial. En este eslabón, la mirada administrativista del tipo "¿es legal?, ¿está bien redactado?" es necesaria, pero no suficiente. Debe imperar ante todo una lógica de economía política. Pensar cómo reaccionarán la oposición, el oficialismo, los tribunales y la ciudadanía. Tsebelis lo pensó como jugadores con veto que, pese a la separación de poderes, comparten arenas con el Ejecutivo.

Hoy ese mapa es más denso, y anticipar a los otros es el núcleo del trabajo. Un proyecto que amplía en exceso las atribuciones presidenciales puede, por ejemplo, estar en norma, pero solo generará ruido: no alcanzará a votarse y dará material para desgastar al gobierno. Si la cadena funciona, la racionalidad dictará no presentarlo.

El tercer eslabón recae en la dirección de la Secretaría de Comunicaciones. Su tarea no es solo potenciar la marca presidencial ni reaccionar al día a día. Debe proyectar la agenda a mediano plazo y operar como contrapeso interno. Distinguir entre publicidad y comunicación. Es el "malo de la película", en la medida en que confronta los sesgos del Mandatario y frena decisiones que nacen de la coyuntura o la corazonada.

A ocho meses de asumir, el cuadro del gobierno es complejo. Varios de sus tropiezos se gestaron dentro de La Moneda, en una cadena que no alcanzó a evitar su ocurrencia. Quizás convenga analizar qué se puede ajustar entre los que no salen en la foto.