

Chile

Michelle Bachelet Jeria (2006-2010)

## COMUNICAR CON VOZ DE MUJER

La Presidenta Michelle Bachelet ha ensayado en Chile lo que llama un estilo “ciudadano” de gobernar. Comunicacionalmente implica, entre otras cosas, muchas salidas a terreno para tener contacto directo con la gente, actividades donde despliega su gran empatía y difunde su programa. La estrategia parece no ser suficiente y sabe que debe comunicar mejor sus logros porque su problema son los medios tradicionales de comunicación que están a la derecha y en perspectiva masculina.

Francisca Skoknic

*fskoknic@gmail.com*

Trabaja actualmente en el Centro de Investigación e Información Periodística (CIPER). Se ha desempeñado en las revistas *Qué Pasa* y *Siete+7*, el diario electrónico *El Mostrador* y el diario *El Mercurio*. Estudió periodismo en la Pontificia Universidad Católica, donde hoy da clases de prensa escrita. Ha participado en talleres de la Fundación Nuevo Periodismo dictados por Ryszard Kapuscinski, Jon Lee Anderson y Francisco Goldman.

El comité de bienvenida está algo ansioso. Sus integrantes no sobrepasan los cinco años y ya llevan más de media hora tratando de estar quietos mientras esperan la llegada de la Presidenta, que esa mañana de 30 de octubre de 2007 visitará la Municipalidad de Pudahuel, una de las más pobres de Santiago. Poco antes del mediodía por fin aparece la comitiva y Michelle Bachelet baja de su Peugeot 607. “¿Cómo están chiquillos?”, los saluda cariñosamente. Y ellos se le cuelgan del cuello y le dan besos que ella retribuye con alegría.

“Vamos adelantándonos muchachos”, apura una encargada de prensa a los fotógrafos, mientras la Presidenta avanza junto al alcalde. No con menos ansiedad la esperan más allá, bajo un toldo blanco, unos 100 ancianos que han sido convocados para conocer la nueva política habitacional para la tercera edad.

Dispersos y movedizos, una veintena de policías de civil le cuidan las espaldas y mantienen el orden. Ya se han preocupado de que todos estén debidamente identificados y hasta los periodistas fueron conminados a mostrar su credencial si salían del perímetro.

En estos días las actividades presidenciales son objeto de medidas de seguridad que hasta ahora eran poco usuales. Desde que una asociación de deudores habitacionales empezó a interrumpir ruidosamente los actos con sus reclamos, cada detalle debe ser cuidado. Eso no impide que quienes han sido invitados se acerquen a saludar a la Presidenta.

Cuando consigue instalarse en su puesto, Bachelet se sienta entre dos ancianos. Atrás, pero un poco más elevada, otra fila de ancianos y luego otra y otra más. Si una cámara se anima a enfocarla, verá que la Presidenta destaca con su chaqueta color rojo furioso, rodeada de modestos adultos mayores por todos lados. El resto de las autoridades quedará fuera de foco.

Tras un baile del grupo folclórico “Estrella de Pudahuel”, la mandataria se para en un sencillo podio y apunta a uno de los intérpretes: “Un saludo a mi ex compañero de baile”, dice en referencia a una visita anterior. Luego comienza su discurso con lo que ella llama “compartir una buena noticia” que se supo esa mañana. “El desempleo nacional es el más bajo en los últimos nueve años”, le cuenta a un público que hace tiempo se jubiló. Luego anuncia el proyecto habitacional, resumiendo lo que es su programa de gobierno.

“Esto refleja nuestras políticas sociales, que colocan el acento en las personas y sus necesidades, que toma en cuenta la opinión de las personas. Ustedes nos importan de verdad. Queremos dar protección a las personas en todo su ciclo de vida. Por eso se reforma la previsión. Ya se aprobó en la Cámara de Diputados y si sigue así, en julio estaremos pagando pensiones más dignas”, les anuncia, sacando fuertes aplausos. No le importa cuando olvida una cifra, simplemente se da vuelta para preguntarla en voz alta a la encargada.

A la salida, nuevamente todos vuelven a abalanzarse sobre ella, que reparte saludos y besos sin incomodarse. La encargada de prensa advierte que “aquí la Presidenta no va a hablar”, pero los periodistas se ordenan detrás de una balastrada portátil –como las que delimitan las filas en los bancos– y preguntan igual al paso de la mandataria los temas de la contingencia. Qué pasa con el diálogo con la derecha y qué piensa de las críticas del Papa Benedicto a la píldora del día después. Ella sólo avanza hasta su Peugeot. “Ya la bajó el mutismo de nuevo”, se queja un reportero. Todos corren a despachar. La noticia es el empleo.

## La comunicación ciudadana

La visita a Pudahuel da cuenta de lo que Michelle Bachelet quiere que sea su política comunicacional: cercana a la gente común y con un fuerte énfasis en lo social. Prácticamente todos los días su agenda contempla una actividad de ese tipo, tanto en Santiago como en regiones. Es en esos escenarios donde mejor explota su facilidad en el contacto con la ciudadanía. Sin embargo, estos atributos no bastan y su política comunicacional ha sido blanco de críticas.

De profesión médico y de militancia socialista, el nombre de Michelle Bachelet se posicionó en las encuestas en gran parte gracias al enorme carisma y capacidad de comunicar que mostró como Ministra de Salud y Defensa de Ricardo Lagos. Rápidamente su popularidad se impuso a la voluntad de los partidos políticos, que debieron ceder ante una mujer ajena al núcleo duro del *establishment* de la Concertación, la coalición que gobierna desde el regreso de la democracia en 1990.

Con la idea de que por fin era la gente y no los políticos la que elegía su representante, el programa de Bachelet prometió la implementación de un “gobierno ciudadano” dirigido por “nuevos rostros” que escogería con paridad de género y que permitiría la participación real. Así, asumió en marzo de 2006 cargada de las expectativas de ser la primera mujer Presidenta de Chile, la que venía a impulsar una nueva forma de hacer gobierno. Para imponer su sello, era clave contar con una política comunicacional acorde al desafío.

“Los grandes ejes de la política comunicacional son los grandes ejes del gobierno de Michelle Bachelet. Un gobierno que se declara y que se percibe como cercano a la gente, un gobierno que se propone crear un sistema de protección social, que tiene implícito incentivar la innovación y el emprendimiento, un gobierno que busca un nivel de diálogo y de interacción con la ciudadanía mucho más fuerte y efectivo”, define el director de la Secretaría de Comunicaciones del gobierno, Juan Carvajal.

Uno de los pilares de dicha política es la de una Presidenta “en terreno”. Pero, ¿llega el mensaje a todo el mundo? “El nivel de cobertura televisiva que tiene la Presidenta en sus declaraciones, en sus referencias, en sus temáticas, tiene amplio espacio”, asegura Carvajal, quien destaca que la TV es la principal fuente de información de

la ciudadanía. “El 70% de la información que recogen los medios proviene de las fuentes del Estado y nuestro trabajo es hacer que el máximo de esas noticias sea reflejo de verdad de políticas públicas”, agrega.

Y aunque Carvajal no lo dice, en el gobierno reclaman que para posicionar sus mensajes en la prensa escrita deben lidiar con el hecho de que está dominada por dos consorcios cercanos a la derecha. “Se ve a los medios como enemigos”, reconocen dos periodistas de gobierno, afirmación que es negada por Carvajal.

## Aciertos y errores comunicacionales

“Tenemos que comunicar mejor lo que hacemos”. La frase ha sido repetida por Michelle Bachelet en varias ocasiones al enfrentar el declive de apoyo que muestran las encuestas. El diagnóstico es compartido por muchos, que ven cómo los logros del gobierno son opacados por sus propios desaciertos y cómo la contingencia se come la difusión de las políticas oficiales.

Más allá de los problemas políticos que ha enfrentado el gobierno, la discusión sobre el manejo de las comunicaciones se ha transformado en un tema por sí solo. Desde el mundo político la principal crítica ha sido la falta de capacidad de marcar una agenda propia y el mal manejo de los conflictos, que han sido bastantes.

El primero ocurrió antes de cumplir 100 días de gobierno y lo gatilló la sorpresiva revuelta de los estudiantes secundarios, que salieron a la calle a pedir cambios radicales en materia educacional y luego se tomaron los liceos de la capital. Rápidamente la opinión pública se abanderizó con los escolares, que exigían un pronunciamiento presidencial de fondo, mientras que para el gobierno el tema parecía ser los desórdenes callejeros. La imagen de la policía golpeando adolescentes no ayudó a las autoridades y finalmente se impusieron las reivindicaciones estudiantiles.

Poco después Bachelet protagonizó un inédito llamado de atención público a sus ministros que el diario *Las Últimas Noticias* llamó “el duro coscorrón de mamá Bachelet”. “Hemos despertado a una ciudadanía activa y tenemos que estar a la altura... hay que prepararse para el diálogo ciudadano... también para el conflicto”, les dijo a sus ministros en un decálogo que se entendió como reprimenda y definición de lo que esperaba de su equipo. “Necesito un gobierno que se anticipe a los problemas, no que reaccione ante ellos... vamos a salir a terreno a explicar nuestro programa...”, fueron algunas de sus definiciones. Ya entonces la oposición empezaba a posicionar el tema de la falta de liderazgo de la Presidenta, un fantasma del que no logra sacudirse. Varias veces ha criticado a sus ministros, lo que es interpretado como una forma de afirmarse como líder.

“El manejo de la imagen presidencial y del gobierno no es fácil para nadie. Menos en un gobierno como éste, que tiene un montón de particularidades. Se hizo bien fácil al principio, pero me parece que cuando las papas se empezaron a quemar,

hubo gente que se puso bastante nerviosa y tomó decisiones apresuradas. Y creo que eso se hizo un poco costumbre”, dice el publicista argentino Martín Vinacur, quien fue el creativo de la franja de propaganda televisiva de la campaña de Bachelet.

El mismo Vinacur fue convocado nuevamente por La Moneda a mediados de 2006 para dar una opinión informal sobre la imagen presidencial, la que finalmente no fue acogida. “Yo sentía que su falta de investidura presidencial tenía que ver con que no se había roto el eje candidato-presidente. No se habían hecho los rituales –me refiero mediáticamente–, estos símbolos que se tienen que sembrar para pasar de ser un candidato horizontal a ser un presidente horizontal”, recuerda el publicista. Entre otras cosas cuestionó la imagen de Bachelet siempre rodeada de gente en sus actos públicos, pues creía que eso ayudaba a que la ciudadanía continuara asociándola con una candidata en campaña.

En todo caso las salidas a terreno también pueden ser riesgosas si la planificación es descuidada. Le sucedió a Bachelet en junio de 2006, cuando viajó a Chiguayante, en el sur del país, donde un aluvión aplastó a pobladores y bomberos rescatistas. Cuando llegó, aún había esperanzas de encontrar algún cuerpo con vida usando una retroexcavadora: “Señora Michelle Bachelet, ¿le puedo pedir un favor? ¿Se puede ir para que siga trabajando la máquina?”, le rogó una mujer. La Presidenta justificó su desacierto diciendo que “una Presidenta tiene que estar donde hay problemas”, pero la imagen quedó en la retina.

Su espontaneidad también puede ser un arma de doble filo que a veces refleja falta de preparación o de cautela para enfrentar los temas. Uno de los casos más recordados ocurrió tras el inicio de Transantiago, el caótico plan de transportes que fue publicitado como un gran cambio, pero resultó ser un fracaso porque la gente nunca supo cómo funcionaba, había problemas de diseño y además no estaba listo para su puesta en marcha. “Esa fue una información que yo no tuve a la mano a la hora de no llevar adelante ese instinto mío, que me decía que suspendamos, que no está todo listo”, dijo Bachelet cuando todos buscaban a los responsables del peor desacierto del gobierno. Con esa frase, dejó abiertos todos los flancos, pues reconoció que sus subalternos no eran capaces de informarle de la realidad y porque a pesar de “intuir” que algo andaba mal, le dio el vamos al proyecto en un momento en que ella y la mayoría de los ministros estaban de vacaciones. Lo de la intuición femenina también fue un blanco fácil para sus opositores.

El desastre del Transantiago se transformó en un problema de tal magnitud que se tomó la agenda durante meses. En contadas oportunidades el gobierno pudo poner temas que le hicieran el peso. Un acierto ocurrió tras sellar un pacto con la derecha para la reforma educacional. Ese día invitó a La Moneda a los presidentes de partidos oficialistas y de oposición, que se tomaron de las manos y las levantaron en señal de unidad. La imagen fue tan fuerte que el presidente del partido de derecha

Renovación Nacional, Carlos Larraín, después dijo que a él le habían tomado la mano. Cuando unas semanas después se firmó un acuerdo similar sobre seguridad ciudadana, la prensa informó que la oposición había exigido que no se repitiera la puesta en escena, tras lo cual Bachelet bromeó diciendo que no se preocuparan, que esa vez nadie les tomaría la mano. Punto para el gobierno.

## Una mujer en La Moneda

Un año le duró a Bachelet la paridad exacta entre ministros y ministras. Tras su segundo cambio de gabinete el equilibrio se rompió, dando tema a quienes siempre pensaron que se trataba de una medida forzada para un país como Chile, donde la participación política de las mujeres es escasa.

Ella ha hecho notar que es una mujer Presidenta, aunque moviéndose siempre en la extraña dualidad de un país considerado machista y conservador pero que le abrió camino para llegar a La Moneda. “Nosotros ya tenemos ganado un sello para la historia chilena. Podemos hacer nada, pero por definición esta es la primera mujer que se transformó en Presidenta de Chile. No nos interesa quedarnos solo con ese sello, pero eso ya te marca un antes y un después, entonces es inevitable que ella hable mucho del tema. Primero porque es mujer, segundo porque hay un nivel de participación, de discriminación y de machismo en la sociedad chilena que estamos combatiendo”, explica Juan Carvajal.

Por eso ha impulsado una notable multiplicación de salas cunas y medidas que permitan a la mujer trabajar, así como otras que fortalecen a las jefas de hogar de las familias más pobres. El tema mejor posicionado fue el del femicidio, que copó la agenda de los medios, que llevan un contador de las víctimas y se sumaron a una campaña que sensibilizó a la ciudadanía. Hasta que en una entrevista con revista Cosas Bachelet sacó chispas al poner el tema del femicidio político: “Aquí hay una campaña impresionante de femicidio de la figura presidencial... Hay una cosa majadera con el tema de la falta de autoridad y liderazgo... Mi impresión es que eso tiene que ver con un machismo muy profundo que aún existe en nuestra sociedad”.

La frase sacó a relucir una actitud que asume cada cierto tiempo y que desdibuja otras de sus afirmaciones (“Yo siempre digo que nosotras somos más duras de matar. Y ese mensaje se lo mando a muchos”) para ponerla en un papel de víctima.

“Ser mujer es una gran ventaja pero creo que comunicacionalmente se han destacado mucho más las desventajas, no veo una estrategia que lo levante como virtud. En cambio aparece hablando de femicidio y se pone como víctima. No, ella es una mujer *power*, yo lo daría vuelta, resaltando más la potencia femenina. Tiene que venderse distinta, le da caldo de cultivo a la oposición para que la critiquen por débil, blanda, que no sabe gestionar”, dice la directora ejecutiva de la agencia de publicidad *Lowe Porta*, Claudia Meneghello.

Por su historia de hija de un militar que murió tras las torturas de la dictadura, de mujer que salió al exilio, que volvió a trabajar contra el régimen y terminó siendo Ministra de Defensa, Bachelet ha sido símbolo de la resiliencia y la reconciliación. Por eso Martín Vinacur dice que la victimización no es algo propio de ella, sino probablemente un énfasis comunicacional errado, “parte de un mal asesoramiento”.

En cambio Bachelet sí ha sacado partido a algunos atributos femeninos, especialmente una sensibilidad que elimina la distancia con sus interlocutores, y ha intentado reivindicar un estilo de hacer política distinto al de los hombres, en que el liderazgo no está marcado por el ser autoritario.

“La agenda política de Michelle Bachelet aparece castigada por una elite que no se conforma con tener un presidente que se bajó del pedestal. Mucho más que un problema de imagen es un problema de cómo se hace política... Ella tiene un liderazgo muy fuerte, uno lo podría llamar un antilíder, lo que pasa es que no cumple con las categorías de liderazgo tradicional. En la medida en que ella niega ese liderazgo, está liderando, pero de una manera distinta”, dice la directora de Mori y experta en opinión pública Marta Lagos.

Bachelet también ha logrado superar el gran riesgo de las mujeres políticas, en que la imagen suele ser un tema de preocupación para los medios, poniéndolas en un plano más liviano que el de los hombres. Optando por una vestimenta elegante pero conservadora, con accesorios clásicos y sin grandes cambios de *look*, Bachelet consigue no distraer la atención del contenido.

## Problemas de comunicación

Los comunicadores de La Moneda también han sido tema. Al asumir Michelle Bachelet, la Secretaría de Comunicación que dirige el periodista Juan Carvajal tomó un protagonismo que no tuvo durante la administración anterior. A Carvajal se le ha comparado con un ministro más, una de las personas con mayor acceso a la Presidenta, pese a que siempre permanece en un discreto segundo plano. De hecho, la entrevista que concedió para este libro es la única que ha dado.

Institucionalmente Carvajal depende del Ministerio de Secretaría General de Gobierno, que hasta diciembre de 2007 encabezó el Ministro Ricardo Lagos Weber –hijo del antecesor de Bachelet–, quien oficiaba de vocero gubernamental. En ese rol cada día salía a los patios del palacio presidencial a hacer declaraciones oficiales sobre todos los temas de la agenda nacional.

Ambos personeros son clave para la política comunicacional, pero sus relaciones se quebraron a poco andar el gobierno. Fuentes de gobierno reconocen que la pelea entre Lagos Weber y Carvajal era sólo una de las muestras de la falta de comunicación interna a todo nivel. Públicamente eso se grafica en no pocas frecuentes descoordinaciones entre las distintas autoridades. Por ejemplo el ex Ministro del Interior informa que

la Presidenta no viajará a Tocopilla luego del terremoto que afectó esa ciudad y una hora más tarde se anuncia que sí lo hará. Incluso una vez se entregó un discurso a un vespertino con una frase que Bachelet jamás dijo y que tuvo gran impacto político.

Disminuir las descoordinaciones de las distintas voces es una de las expectativas que pesan sobre el ministro Francisco Vidal, quien asumió tras la renuncia de Lagos Weber para postular al Senado. “No pretendo hacer ninguna modificación comunicacional, aunque sí buscar un mayor protagonismo del conjunto del gobierno. Es fundamental, dado el cerco mediático y la agresividad de la oposición, que los avances que se logran día a día sean insistentemente transmitidos a la ciudadanía”, comenta Vidal a pocos días de asumir. Como ejemplo de la importancia de la información mediada que recibe la gente, menciona que si bien el Transantiago es en general mal evaluado, las encuestas revelan que quienes no usan el sistema de transporte público lo evalúan diez veces peor que los que sí lo usan, lo que daría cuenta de que la percepción es más negativa que la realidad.

Vidal fue el vocero más emblemático y luego jefe de gabinete del gobierno de Ricardo Lagos padre, por lo que con su arribo se terminó la decisión de Bachelet de contar con ministros que no hubieran ejercido el cargo antes. Se apostó por un hombre cuyos dotes de comunicador son reconocidos por todos y que no tiene roces previos con Carvajal, a quien atribuye un rol importante en la política comunicacional.

Una de las señales de que la relación con Carvajal sería mejor que las de su antecesor es que Vidal visó la publicación de un diario para difundir los beneficios y logros del gobierno que Lagos Weber había vetado en la que fue la más pública señal de sus roces con Carvajal. Pese a ello, entrevistado para este libro cuando Lagos aún era ministro, Carvajal explicaba que el proyecto no estaba descartado: “Nuestra tarea es garantizar que la gente se entere adecuadamente de los beneficios gubernamentales, quiénes los ameritan, cómo pueden acceder a ellos. Tenemos que usar todos los mecanismos que tengamos a la mano y los medios de comunicación ya no nos permiten eso”. Con el nombre de “Chile Contigo”, el periódico de 200 mil ejemplares comenzó a repartirse tras la llegada de Vidal, a mediados de enero de 2008.

El nuevo vocero asumió justo en la mitad de los cuatro años de gestión de Bachelet y partió poniendo el escenario en términos futbolísticos: terminaba el primer tiempo y apostaba por el éxito del segundo; aunque reconocía que de acuerdo a las encuestas, con la oposición el partido iba empatado uno a uno. Su nombramiento fue visto como una amenaza por parte de la derecha, que inmediatamente anunció que lo interpelaría en el Congreso, acusándolo de tener responsabilidad en irregularidades cometidas en el gobierno de Lagos.

## La difícil relación con la prensa

Desde la campaña presidencial los periodistas que cubrían las actividades de Bachelet se quejaban de que respondía pocas preguntas y los trataba con indiferencia,

al punto que durante meses estuvieron parados en la calle al sol, afuera de su comando o su casa, sin señales de si la candidata hablaría ese día. Las cosas no mejoraron demasiado cuando asumió la presidencia. Si bien Bachelet cada vez da más entrevistas programadas en televisión, diarios o revistas, los problemas los tienen quienes cubren el día a día.

El primer impasse con los medios ocurrió recién iniciado el gobierno, cuando se anunció que la nueva política comunicacional prohibía que los funcionarios hablaran *“off the record”*. Los dos principales diarios terminaron sacándose en cara. El Mercurio publicó que fueron dos ministros los que filtraron el contenido de una de las primeras reuniones y La Tercera cuestionó que la propia Bachelet tuviera un *“off”* con los periodistas de La Moneda. Esto último sucedió durante una sorpresiva visita de la Presidenta a *“La Copucha”*, como se llama la oficina donde trabajan los reporteros.

Luego, los corresponsales extranjeros se quejaron públicamente porque no les contestaban los llamados, les cancelaban entrevistas y les negaban información, un problema que se arrastraba desde la campaña. *“Había mucho blindaje, era un triunfo tener una entrevista con un ministro”*, dice Marcial Campos, presidente de la Asociación de Corresponsales Extranjeros, quien reconoce que después de muchos reclamos la situación ha mejorado.

*“Ella siempre ha tenido buenas intenciones, pero en la contingencia diaria es donde están los roces y uno no siempre encuentra la apertura de información que quisiera”*, dice el presidente de los periodistas de La Moneda, Riensi Franco. *“Yo creo que aún se están construyendo confianzas, pero no las hay”*, reconoce.

Una de las principales críticas de los periodistas es que pocas veces contesta preguntas de la contingencia –lo hace alrededor de una vez por semana–, y aunque ahora toca más temas de actualidad en sus discursos diarios, para los reporteros no es suficiente. *“Cada día hay menos información. La apertura es, primero, poder preguntar; segundo, encontrar respuesta; y tercero, tener acceso a todo tipo de fuentes, pero ahora no las hay”*, dice Franco, queja que es desestimada por Juan Carvajal.

De fondo parece estar la idea de proteger a Bachelet de cometer errores y de que hable sólo de los *“grandes temas”*, aunque en la práctica se ha criticado justamente que entra en temas que no corresponden a la investidura presidencial y que evade tópicos ineludibles de la contingencia, lo que la aleja de la realidad. Además los periodistas dicen que no hay otras fuentes disponibles que permitan profundizar los temas enunciados por la Presidenta.

Esto quedó reflejado en el IV Barómetro de Acceso a la Información, realizado a partir de encuestas a periodistas. *“Es primer año en que las organizaciones gubernamentales están entre las peor evaluadas. Se debe a la incapacidad de abordar las crisis de los ministerios, por entregar información poco oportuna y poco confiable”*, dice el académico

de la Universidad Diego Portales Arturo Arriagada, quien trabajó en el estudio.

También hay molestia entre los periodistas por las puestas en escena, que no siempre son adecuadas para la televisión, y porque en las giras presidenciales las actividades contemplan escaso tiempo para que los medios realicen sus despachos, lo que atenta contra la información que llega a Chile. Además, en las salidas a terreno los obligan a pararse detrás de una balastrada para hacer preguntas, las que antes son “filtradas” por los encargados de prensa, que quieren saber cuál será la interrogante y evitan ciertos temas. Los que más incomodan, dicen, son la política partidista y la economía.

Juan Carvajal defiende el derecho de pactar previamente las preguntas en entrevistas o salidas a terreno: “¿Conoces un jefe de prensa de alguna institución que no busque saber qué van a preguntar los periodistas?(...) Un presidente tiene que enfrentar todos los días a la prensa, es una cosa muy dura. Puedes tener en una semana veinte problemas y en una palabra puedes generar dinámicas y complicaciones fuertes”.

De eso sabe Michelle Bachelet, quien en sus primeros dos años de gobierno ha enfrentado situaciones adversas, de las que algunas veces ha salido airosa y en otras quizás hubiese preferido cambiar sus palabras, o incluso no decir nada. Consciente de la necesidad de hacer cambios, abrió la segunda parte y final de su mandato con profundas modificaciones en su gabinete de ministros, al que se incorporó Francisco Vidal –el experimentado vocero de Ricardo Lagos–, más otros personeros de notorio peso político. ¿Se aliviana con ello la carga mediática para la Presidenta? ¿Optimizará el gobierno su despliegue de comunicaciones? ¿Llegará Bachelet al final, al 2009, con

### LOS 10 + DE LA COMUNICACIÓN DE MICHELLE BACHELET

1. Liderazgo distinto: demuestra que su liderazgo es distinto al tradicional masculino pero que no por eso es más débil, un flanco que ataca la oposición; en un régimen tan presidencial como el chileno, Bachelet se ha transformado en una mamá que reemplaza al tradicional papá presidente.
2. Mensaje social: su mensaje es que este es un gobierno progresista que busca que los más débiles tengan un paraguas de protección.
3. Coherencia política: “Estoy contigo” fue el eslogan de campaña que mutó para bautizar los programas de gobierno (Chile crece contigo, Chile emprende contigo, Contigo mejor salud, etc).
4. Presidenta en terreno: privilegia el contacto “cara a cara” con la ciudadanía.
5. Lenguaje simple: en sus discursos se comunica con sencillez, sin grandilocuencias, pasando de la formalidad a las bromas sin problema.
6. Responder poco a los periodistas: tiene baja exposición a la prensa en sus actividades diarias para privilegiar la entrega mensajes en sus discursos. Los mensajes se comunican en televisión como principal fuente de información.

7. Sobriedad ante todo: busca que su apariencia no pueda distraer, por eso su vestimenta siempre es sobria.
8. Autenticidad: se presenta tal como es y así es percibida como querida, creíble y respetada por auténtica.
9. Los medios son la oposición: La prensa y los medios son tratados con sospecha y crítica.
10. El manejo de la comunicación y la relación con los medios es tema de gobierno.