

CARTOGRAFÍA DE UNA ÉPICA GLOBAL: EL RELATO POLÍTICO DEL PRESIDENTE JOSÉ MUJICA (2010-2015)

CARTOGRAPHY OF A GLOBAL EPIC: THE POLITICAL STORY OF PRESIDENT JOSÉ MUJICA (2010-2015)

Gonzalo Sarasqueta

Universidad Católica Argentina (UCA), Buenos Aires, Argentina
gonzalo_sarasqueta@uca.edu.ar

Recibido: agosto de 2022
Aceptado: septiembre de 2022

Palabras clave: comunicación, relato político, trama, José Mujica, personalización

Keywords: communication, political story, plot, José Mujica, personalization

Resumen: El interés de este trabajo radica en la narrativa que construyó el presidente uruguayo José Mujica (2010-2015) para legitimarse. Para cumplir dicho objetivo, primero se conceptualiza al relato político, luego se identifican sus requisitos y funciones, y por último se sistematiza su análisis mediante cinco dimensiones. Los hallazgos de la investigación evidencian que el mandatario desplegó un *plot* vinculado a la transformación cultural, un conflicto entre la ciudadanía y el consumismo, una cronología que conecta al presente con un horizonte de expectativas, una simbología personalizada y una auto-representación que hace hincapié en la reconciliación y la sobriedad.

Abstract: The interest of this work lies in the narrative that the Uruguayan president José Mujica (2010-2015) built to legitimize himself. To meet this objective, the political story is first conceptualized, then its requirements and functions are identified, and finally its analysis is systematized through five dimensions. The findings of the investigation show that the president displayed a plot linked to cultural transformation, a conflict between citizenship and consumerism, a chronology that connects the present with a horizon of expectations, a personalized symbology and a self-representation that emphasizes reconciliation and sobriety.

1. Introducción

El presidente uruguayo José Mujica (2010-2015) ha sido un hito comunicacional en Occidente. Con una impronta austera, filosófica y pedagógica, el exguerrillero del Movimiento de Liberación Nacional-Tupamaros construyó un relato político disruptivo, que captó la atención de la opinión pública y los medios de comunicación locales e internacionales.

Los relatos políticos configuran la realidad. En cualquier sistema político abierto, donde están garantizadas las libertades de expresión, circulación y asociación, existe una disputa narrativa. Cada partido, movimiento social o grupo de presión intenta convertir sus intereses particulares en sentido común. Esto se debe a que más que un procesador lógico, la mente humana es un procesador de historias. Los seres humanos somos narradores por naturaleza. Desde la infancia nos educamos con fábulas, epopeyas, cuentos, anécdotas y mitos que definen nuestra identidad. A través de esos diferentes registros, interpretamos el entorno, los afectos, lo que es correcto y erróneo, la profesión y el rol social. Dicho brevemente: somos lo que contamos.

Teniendo en cuenta la literatura sobre relato político, este artículo aspira a identificar y comprender los ejes narrativos que convirtieron a José Mujica en un líder global. Para alcanzar dichas metas, el trabajo está dividido de la siguiente manera: un marco teórico donde se conceptualizará al relato político y se especificarán sus requisitos, funciones y variables; acto seguido, se abordará brevemente la metodología; después, se analizará el estudio de caso; y, por último, se brindarán unas conclusiones y deslizarán ciertos interrogantes que se abren de cara a futuras investigaciones.

2. Un breve marco teórico

Los seres humanos somos gregarios, para vivir en sociedad necesitamos historias que nos unan. Un relato compartido que nos diga de dónde venimos (pasado), dónde estamos (presente) y hacia dónde vamos (futuro). Todas las civilizaciones emplearon –de manera oral, escrita,

simbólica o gestual– esta técnica comunicacional para conformar un nosotros social (Pujadas Capdevilla, 2016). De forma consciente o inconsciente, narramos nuestra vida, los eventos más trascendentales, aquellos sucesos que fueron fructíferos y constituyen lo que somos hoy (Borrat, 2000; Canaleta, 2010). En efecto, la mayoría de las decisiones que adoptamos están hechas en base a proyecciones narrativas, no a cálculos racionales (Denning, 2008). Imaginamos el relato en el que nos queremos convertir y, a raíz de ello, resolvemos situaciones.

Por eso, desde niños nos inculcan el hábito narrativo. Cada noche, nos contaban antes de irnos a dormir un cuento. Esto se debe a que somos más propensos a la inteligencia narrativa –aquella que se manifiesta simbólicamente– que a la paradigmática –aquella que se presenta lógicamente– (Bruner, 1986). Estamos formados por historias. Todo nuestro ciclo biológico está supeditado a ellas, desde que nacemos hasta que morimos. Christian Smith (2003) lo explica del siguiente modo:

Nosotros, tanto como el más primitivo o tradicional de nuestros antepasados, somos animales que comprenden fundamentalmente qué es la realidad, quién somos, y cómo debemos vivir al ubicarnos dentro de las grandes narrativas y metanarrativas que escuchamos y contamos, y que constituyen lo que es para nosotros real y significativo. (p.64)

Los relatos son uno de los principales recursos que tienen los liderazgos para cambiar mentalidades, voluntades y comportamientos. A través de ellos, se moldean épocas. La historia misma es una cronología de relatos. De hecho, las grandes religiones e ideologías son construcciones narrativas. Como asevera la investigadora Adriana Amado (2016): “El

poder siempre se sirvió del relato para transmitir pautas de comportamiento” (p. 83). En la Antigua Grecia, por ejemplo, los relatos eran más importantes que los hechos. Cuando volvían de un combate, los guerreros, primero, conversaban con los sabios, que transformaban los sucesos corrientes en hazañas, los soldados en héroes y las guerras en epopeyas, que luego se convertían en efemérides fundacionales. Toda esa elaboración mítica funcionaba como material mimético para que los niños aspiraran a crecer y convertirse en esas figuras arquetípicas.

Con el nacimiento del Estado-nación, los relatos cobraron mayor relevancia. Las instituciones educativas y pedagógicas –escuelas, tecnicaturas, universidades, etc.– incorporaron esta herramienta comunicacional a su estructura curricular para crear un sentimiento colectivo que garantice la cohesión en un territorio determinado. Así sentaban las bases semánticas de la patria. Quiénes fueron los fundadores del país, quién fue el enemigo, en qué fechas nació la nación, son algunas de las cuestiones que incluían los relatos. De esta manera, operaban como catalizadores de la energía social: convertían identidades individuales en identidades grupales.

El siglo XX fue una era de grandes relatos: comunismo, fascismo, nazismo, liberalismo y nacionalismo se disputaron el orden mundial. Cada uno explicaba cómo funcionaba (veta crítica) el mundo y cómo debía funcionar (veta propositiva) la tierra. Con la llegada de la radio, el cine y la televisión, se masificaron estas grandes épicas totalizantes. Luego de la segunda guerra mundial, quedó un escenario dominado por dos corrientes narrativas: el liberalismo, liderada por Estados Unidos, y el comunismo, representado por la

Unión Soviética. Además de la carrera armamentística, existió una batalla estética y sustancial, donde la literatura, las películas, el deporte, la ciencia, la música y la publicidad jugaron un rol preponderante. Después de la caída del muro de Berlín y el colapso de la URSS, el capitalismo quedó como relato hegemónico.

Hoy en día, el relato político continúa siendo una herramienta trascendental para ordenar el sentido social. Frente a un ecosistema saturado de información y una agenda líquida, es imperioso que los líderes políticos brinden estabilidad, certezas y expectativas. Cada minuto, en todo el mundo, millones de personas crean mensajes. Esto quiere decir que a las noticias que propagan los *mass-media*, hay que añadirle todo el material que difunde la ciudadanía a través de sus plataformas digitales. Asimismo, si bien la microsegmentación de mensajes es una práctica habitual en la comunicación política actual, el ser humano continúa siendo un ser tribal: necesita pertenecer a un grupo que trascienda su faceta individual. En su día a día, busca mensajes que satisfagan su subjetividad, pero también crea y difunde significados que lo vinculen a otros semejantes para forjar una identidad colectiva (formal o informal).

En relación a la conceptualización del relato político, acá lo entenderemos como una técnica comunicacional que aplica el gobierno para imprimirle identidad, unidad, legitimidad y proyección a su gestión. Este abordaje teórico lo consideramos conveniente por las siguientes razones: (a) identidad, porque le aporta un marco preciso de significados, imágenes, valores y símbolos a la administración; (b) unidad, porque relativiza las contradicciones cotidianas del Poder Ejecutivo y, a su vez, mantiene unidas las estructuras

política y social que sostienen al proyecto gubernamental; (c) legitimidad, porque les otorga autoridad a las decisiones de la presidenta sin recurrir a la coerción (Sarasqueta, 2021b); y (d) proyección, porque señala un horizonte de acción que justifica hechos del presente y estimula el compromiso ciudadano.

Las funciones del relato político son diversas: funciona como adhesivo para producir un colectivo que trascienda al individuo (Brooks, 2019); dinamiza voluntades, o sea, le acerca un sentimiento o razón a la ciudadanía para que participe (offline y/o online) del debate público o intente alterar las relaciones de poder (De Fina y Georgakopoulou, 2015); simplifica la interpretación de la realidad, ya que son heurísticos que recopilan una vasta cantidad de significado en un margen acotado de tiempo (Pléh, 2003; Kahneman, 2011); naturaliza un orden determinado, trazando las fronteras entre lo posible y lo imposible (Selbin, 2012); y, por último, permite ordenar el sistema de partidos en una competencia narrativa por el sentido común (Sarasqueta, 2021b).

A su vez, no toda comunicación que desarrolla una gestión es un relato político. Existen determinados requisitos: secuencia, es decir, que los diferentes mensajes tengan una coherencia y causalidad entre sí (Herman, 2009); sensibilidad social, que esté conectado con las demandas de la ciudadanía; interactividad, que se retroalimente de los significados que genera el prosumidor; emotividad, que la narrativa active reacciones anímicas (ira, esperanza, alegría, nostalgia, etc.) (Polletta, 2006; Simmons, 2007); y plasticidad, que, sin perder su esencia, la historia de la gestión sea capaz de adaptarse a los cambios que ofrece la coyuntura (D'Adamo y García Beaudoux, 2016c).

Para operativizar el análisis, se descompondrá al relato político en diferentes piezas comunicacionales. La primera de ellas es la trama, que es el hilo temático que ordena la agenda, las acciones, los discursos y los silencios de una gestión. El "plot", como lo llaman Klent (2015) y Truby (2010), debe responder al interrogante: ¿de qué trata la narrativa de la administración? En la actualidad, las tramas más recurrentes son modernización, redención, diversidad, igualdad, orden, patriotismo, independencia, nacionalismo o libertad.

Para que un relato político sea atractivo debe existir un conflicto. Enfrente del protagonista (el presidente y su proyecto) tiene que haber un contrincante (Yorke, 2014; D'Adamo y García Beaudoux, 2016a y 2016c; Canaletta, 2010; Sarasqueta, 2020). En la literatura y el cine se conoce como tensión narrativa a la zona de riesgo del relato, cuando corre peligro la misión del personaje principal. Esa es la función cardinal (Barthes, 1966) del guion dicotómico, lograr que la ciudadanía tenga incentivos –una amenaza a su trabajo, una pérdida de la identidad cultural, una injusticia social– para involucrarse, defender y formar parte del relato político.

Otra unidad del relato político es el repertorio simbólico. Como sostienen Veneti, Jackson y Lilleker (2019): "La cultura humana es una cultura visual" (p. 1). La dieta informativa de la sociedad actual está integrada por fotografías, memes, *reels* y videos. Mediante esas representaciones visuales, que exigen un esfuerzo cognitivo mínimo y una dosis acotada de tiempo, los ciudadanos forman su percepción sobre la realidad. Los mensajes visuales generan mayor credibilidad que aquellos que están compuestos solamente por palabras. "Tendemos a ser verbalmente escépticos y visualmente crédulos", apun-

tan Joo, Li, Steen y Zhu (2014, p. 217). Por último, los símbolos son esenciales para activar emocionalmente a los seres humanos (D'Adamo y García Beaudoux, 2016b y 2016c; Edelman, 1991). Funcionan como breves metáforas de aquello que rechazamos, anhelamos o tememos. El saludo de la victoria del peronismo, el brazo en alto del nazismo o el puño del socialismo son ejemplos históricos de cómo un simple y fugaz gesto corporal puede transmitir un corpus ideológico.

En cuarto lugar, se encuentra la estructura temporal. Charles Tilly (2002) indica que los relatos registran lo que sucedió, lo que sucede y lo que sucederá. Con esa lectura pretérita y esa voluntad prospectiva, la narrativa gubernamental enmarca y justifica sus decisiones cotidianas y, en simultáneo, decide su inserción histórica. Las tres fases –pasado, presente, futuro– deben dialogar entre sí y estar conectadas de manera coherente. Cuando el paso de un tiempo a otro es lógico, el relato gana consistencia; las políticas públicas o las acciones cobran sentido, contextualización y relevancia histórica.

Sin embargo, a pesar de contener los tres períodos en su sistema discursivo, el relato político bascula principalmente entre dos combinaciones temporales: presente-pasado o presente-futuro. Por tanto, lo que se intentará precisar es si la narrativa es de índole reivindicativa (presente - pasado) o, si en dirección contraria, es de tipo aspiracional (presente - futuro). Para ordenar dicho análisis, se recurrirá a dos categorías metahistóricas de Koselleck: “espacio de experiencia” y “horizonte de expectativa” (1993). La primera dimensión reposa sobre aquellos hechos pretéritos que, de manera estratégica o azarosa, son recuperados para estructurar el presente. Es el aprendizaje –de virtudes,

hazañas, luchas, ideales, etc.– que acercan el pasado lejano y el pasado cercano, aunque también puede tratar sobre el restablecimiento de un ideal o equilibrio perdido. La segunda dimensión está compuesta por aquellos deseos, ambiciones, sueños, miedos y ansiedades que son empleados para determinar la actualidad. Es la promesa de un mañana mejor que moviliza y orienta voluntades.

Por último, se encuentra el *ethos* presidencial. En un contexto marcado por la personalización de la política, donde las estructuras de representación colectivas están en declive y la opinión pública evalúa tanto los atributos personales como los componentes ideológicos de los funcionarios (Bennet, 2012; Castells, 2018), es fundamental inspeccionar cómo se autopresenta el encargado del poder ejecutivo. Citando a Aristóteles, Sol Montero (2015) entiende al *ethos* como el autoreconocimiento del líder, el microrrelato que proyecta en primera persona del singular. La infancia, la militancia, la familia, el recorrido profesional, las experiencias traumáticas, aquellas figuras que lo forjaron y la educación son algunos de los aspectos que forman el *ethos* presidencial. El objetivo en esta variable es descubrir cómo encajan esos contenidos con la trama del relato político, si existe –o no– una sinergia entre ambos niveles comunicacionales: el micro (relato personal del líder) y el macro (vector temático de la gestión).

3. Metodología

Debido a su elasticidad y profundidad, la presente investigación se enmarca en el campo cualitativo. Asimismo, es un trabajo inductivo ya que construiremos interpretaciones y categorías a partir de

documentos, y no al revés (Alvarez-Gayou, 2003). En tercer lugar, el método seleccionado es el estudio de caso, ya que permite un tratamiento riguroso, integral y detallado del objeto mediante diferentes unidades de análisis (Yin, 1994). Como se precisó en el marco teórico, dicha estructura conceptual (Stake, 1995) está compuesta por cinco dimensiones distintas: la trama, el guion dicotómico, el repertorio simbólico, la estructura temporal y el *ethos* presidencial.

Para desmenuzar el relato político de José Mujica se utilizará la técnica de análisis del discurso. A través de esta herramienta, se intentará descubrir el significado velado que circulan en las exposiciones oficiales, mediáticas e institucionales del mandatario uruguayo. De este modo, se examinará la combinación y coherencia de símbolos, estructuras, argumentaciones y conceptos que (re)producen acciones y estructuras (Van Dijk, 1997). Cabe resaltar que este trabajo se focaliza en la producción discursiva, no en la recepción. Esto quiere decir que el esfuerzo metodológico está puesto sobre la narrativa generada por el actor, no en su interpretación y resignificación social.

Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas a investigadores y actores políticos vinculados a la gestión. Con esta herramienta metodológica se buscará complementar al análisis del discurso, hallar las huellas contextuales, los actores que intervinieron en la narrativa y el propósito de la misma (Ruiz Olabuenaga e Ispizúa, 1989). Como asegura Alonso (1999), se trata de una técnica útil para decodificar la acción de los sujetos y las representaciones sociales que estos realizan.

El marco temporal estará acotado a la duración de las administraciones de José

Mujica (2010-2015). Los fragmentos discursivos que se volcarán en el texto serán aquellos que contienen un patrón conceptual en cada una de las dimensiones analíticas del relato político. Para lograr una captura completa, se examinarán intervenciones de Mujica en diferentes formatos: entrevistas, exposiciones institucionales, giras internacionales, por citar las principales variantes.

4. Análisis del relato político

La trama de la gestión de José Mujica (2010-2015) fue el cambio cultural. El presidente uruguayo estaba convencido que la transformación sostenible, aquella que perdura en el tiempo y realmente le mejora la vida a la ciudadanía, es la cultura. En base a esta concepción, establece que la educación –tanto a nivel formal (inicial y universitaria) como informal– debe ser una de las prioridades de su gobierno. Dentro de estas instituciones es donde, según él, se dará la creación de una nueva subjetividad que permitirá superar el actual modelo de vida. Así lo expuso en su discurso de asunción y al ser condecorado en el Senado de Chile:

Sin pretensiones de verdad absoluta, hemos dicho que deberíamos empezar por cuatro asuntos: educación, energía, medio ambiente y seguridad. Permítanme un pequeño subrayado: educación, educación, educación. Y otra vez, educación. Los gobernantes deberíamos ser obligados todas las mañanas a llenar planas, como en la escuela, escribiendo 100 veces, debo ocuparme de la educación. Porque allí se anticipa el rostro de la sociedad que vendrá. De la educación dependen buena parte de las potencialidades productivas de un país. Pero también depende la futura aptitud de nuestra gente para la convivencia cotidiana (1/3/2010).

No se puede construir una sociedad mejor con capataces, albañiles, peones. Estamos educados para construir capitalismo. Y adentro de nuestros valores internos funciona el capitalismo, muchas veces, casi inconscientemente. Y es mucho más fácil cambiar una realidad material que una realidad cultural. Acá hay una larga batalla en el campo de las ideas y en el campo de los valores. Y no solo vale con el discurso, hay que levantar la bandera del compromiso real y tajante (14/3/2014).

Subyace a esta perspectiva una visión gramsciana¹. Si bien no utiliza conceptos clave del filósofo italiano –“hegemonía”, “bloque histórico”, “guerra de posiciones”, etc.– anida una lectura sobre la realidad que hace hincapié que lo fundamental en la política es la disputa por el sentido común, por lo que es aceptado naturalmente en las personas. Según Mujica, sin sentido crítico, sin la posibilidad de negar el *statu quo*, determinado por el sistema de valores capitalista, es imposible crear un mundo nuevo. Este trabajo político-cultural consta de tres etapas: primero, alumbrar y socializar los hilos que estructuran las relaciones entre dominadores y dominados; en segundo lugar, concebir un otro marco ontológico; y, por último, establecer un sistema de vínculos de producción, donde no haya explotadores ni explotados. Dicho de manera resumida: para alcanzar un nuevo orden material es imprescindible antes modificar el orden cultural (Gramsci, 2004).

1. Mujica tampoco incorpora a los medios de comunicación en este cambio cultural. A diferencia del pensador comunista, que consideraba a éstos como dispositivos fundamentales en la difusión de ciertos valores y como creadores de sentido común, el presidente uruguayo en la mayoría de sus intervenciones pregona la libertad de expresión y elude el conflicto directo con ellos.

Los pilares de ese flamante marco axiológico son los llamados “nuevos derechos” o “valores posmateriales”, es decir, aquella agenda marcada por el individuo, la libertad y la autorrealización que cobró fuerza una vez que los Estados de bienestar aseguraron cierto umbral de seguridad económica (Inglehart, 1977). En ese sentido, una de las temáticas planteadas recurrentemente por Mujica fue el medioambiente. Como veremos en las siguientes alocuciones, pertenecientes a la Conferencia de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas en Río de Janeiro y a su condecoración en el Senado chileno, el enfoque medioambiental se desagrega en tres perspectivas: la ontológica (la felicidad humana), la económica (el decrecimiento) y la política (una solución de escala global).

El desarrollo no puede ser en contra de la felicidad. Tiene que ser a favor de la felicidad humana; del amor arriba de la Tierra, de las relaciones humanas, del cuidado a los hijos, de tener amigos, de tener lo elemental. Precisamente, porque ese es el tesoro más importante que tenemos, la felicidad. Cuando luchamos por el medioambiente, tenemos que recordar que el primer elemento del medio ambiente se llama felicidad humana (20/6/2012).

Hemos organizado tales desastres que tienen tal magnitud. La suba del mar. Hay islas que están pensando cómo se van a mudar. ¿Cómo arreglamos eso? ¿Cómo arreglamos lo que va a pasar con el tercer polo, con la meseta del Tibet? Y sabemos por qué pasa eso. Porque sabemos que cada ser humano tiene que tener un auto. Y dale que es tarde. ¿Verdad? Hay un conjunto de problemas que no los arregla ningún país. Y que el mundo no tiene gobernanza (14/3/2014).

Las interpretaciones de Mujica se emparentan con el ecosocialismo, cuyas carac-

terísticas principales son las siguientes: erradicar el productivismo que impulsa el sistema capitalista y abrir espacios de tiempo libre para que las personas desarrollen sus capacidades artísticas o simplemente descansen; promocionar una ética y una solidaridad transgeneracional, que piense en el planeta que se le va a dejar a las generaciones venideras; luchar contra la cultura consumista y la competencia suntuaria y, a su vez, promover hábitos más sobrios en la vida humana (privilegiar el valor de uso sobre el valor de cambio) (Lowy, 2012; Riechmann, 2012; Sarasqueta, 2017).

Dentro de la batalla cultural por salvaguardar el medioambiente, Mujica considera indispensable desarticular la maquinaria publicitaria que estimula la compra del último coche para pertenecer a un determinado círculo social. Al ser gregario, el ser humano quiere formar parte de su entorno, no desea ser excluido. El marketing, a través de la promoción de estereotipos diseñados por el acceso a determinados bienes materiales en un marco temporal preciso, delimita las fronteras de pertenencia (la llamada “moda”). En muchas de sus intervenciones, el presidente uruguayo convoca a los jóvenes a combatir y superar el imperativo mercantil y, en su lugar, luchar por un estilo de vida que haga hincapié en el compromiso político, la felicidad y la austeridad. Aspira a cambiar la esencia del ser, terminar con el culto a la mercancía y desarmar al “Leviatán Publicitario” (Lowy, 2012), una estructura comunicacional omnipotente que invade con información segmentada, diaria e intensa a las personas para modelar su comportamiento económico y social.

La despenalización del consumo de cannabis es otra transformación cultural de la gestión de Mujica. Con este proyecto, el

mandatario uruguayo no solo trastocó el sentido común uruguayo, sino también el de la política mundial. Despertó el interés de medios internacionales que cubrieron el proceso y encuadraron la experiencia del país sudamericano como de vanguardia. En una entrevista al diario español *El Periódico*, el presidente desmenuzaba las razones que lo llevaron a tomar esta iniciativa:

Llevamos 80 años persiguiendo y nosotros llegamos a esta conclusión: si tu quieres cambiar no puedes seguir haciendo lo mismo, porque cada vez hay más presos, cada vez más cantidad de droga, cada vez más cantidad de droga. Entonces nosotros decidimos tratar de robarle el mercado al narcotráfico. Sacarle el mercado. Porque peor que la droga es el narcotráfico. Es mucho peor. ¿Cómo le sacamos? Organizando un servicio público, donde tenemos la gente identificada y le aseguramos una ración por mes. Si se quiere pasar de eso, le vamos a decir “Usted se tiene que atender”, tiene que ir al hospital. Se tiene que atender (29/11/2013).

En estas respuestas, Mujica deja en claro dos supuestos: (a) frente a la guerra abierta y la terapia de *shock*, con recursos militares y policiales, apuesta por una solución prolongada, donde la batalla se desarrolle en el plano económico, disminuyendo el precio del cannabis y quitándole el mercado al narcotráfico. Esto significa una ruptura con el *statu-quo*, ya que se trata de una medida inédita donde se busca reformar culturalmente a la sociedad, sacarla de su zona de confort y proponerle un nuevo marco moral en la convivencia. En segundo lugar, y en sintonía con el ideario de izquierda, (b) sostiene que hay que dejar de intentar la vía punitiva y ensayar una respuesta de contención ante la adicción, una perspectiva que está en línea con lo que Geor-

ge Lakoff (2008) califica como “padre protector”. El lingüista norteamericano construye metafóricamente dos modelos de familia: el del padre estricto, que es el que los conservadores utilizan para educar mediante el castigo, el reto, la férrea disciplina a sus hijos, y el de los progenitores protectores, que es el prototipo progresista, donde la madre y el padre educan –en simultáneo– a sus hijos a través del cuidado, la sensibilidad y la comprensión. La respuesta que diseña Mujica para desarmar al narcotráfico se circunscribe a la segunda visión. En vez de perseguir y castigar a los consumidores, se los trata como enfermos (Sarasqueta, 2017).

El matrimonio igualitario también está incluido en el cambio cultural que proyecta Mujica para Uruguay. A diferencia de la legalización del cannabis, donde prevalece la lógica de costo-beneficio, el mandatario está convencido que no permitir el casamiento entre personas del mismo sexo es discriminación. Sin importar su orientación sexual, todas las personas poseen la libertad de elegir con quien casarse. Así lo puso de manifiesto en un evento donde recibió una condecoración de la Asociación Latinoamericana para los Derechos Humanos (ALDHU):

Lo del matrimonio igualitario es más viejo que el hombre, solamente nuestras mentalidades reaccionarias y conservadoras a veces se espantan, pero hay que tener el coraje de poner a la luz del día lo que las cosas son y no lo que a uno le gustaría que fueran (5/3/2014).

Hay un sentido conservador en la gente que tiene miedo en los cambios, pero cuando los cambios parten del principio de reconocer objetivamente la existencia de la realidad y tratar de organizar la realidad para que lastime lo menos posible, esos son los cambios que hay que tener el coraje de llevar adelante (5/3/2014).

En este caso, Mujica utiliza el clivaje ideológico, sustentado en la dicotomía progresista-conservador. Para él, se trata de desafiar lo establecido y modificar las costumbres. Está convencido que al ser humano hay que sacarle el miedo al cambio e impulsarlo al progreso. La familia, el paternalismo y la religión, valores clave del conservadurismo, son reemplazados por el multiculturalismo, la tolerancia y las libertades individuales. El cuidado de unas determinadas estructuras heredadas, que garantizan continuidad, confianza y seguridad, es desplazado por una óptica dinámica, que fomenta la alteración constante de nuestra forma de vivir. En relación con este contraste ideológico, Christian Mirza, exdirector del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) y actual investigador de la Universidad de la República, aclara cuál era la trama de Mujica y el tipo de resistencias que afrontó:

Poner el Uruguay en la vanguardia en muchos de estos derechos. Y abrir a la Participación de estos colectivos, muy criticados por una parte de la ciudadanía que está muy reacia a estos avances y tiene un pensamiento muy reaccionario en el sentido literal del término. Pero sin embargo el gobierno de Mujica abrió las puertas y las ventanas de la institucionalidad pública para que estos derechos se reconocieran y se pudiera avanzar. Ese fue uno de los hilos (5/12/2020).

La despenalización del aborto completa el conjunto de medidas que Mujica impulsó para realizar la transformación cultural. Al igual que en la despenalización del cannabis, el exmilitante tupamaro no hace hincapié en la libertad individual como base de la decisión, sino más bien hace foco en el daño que causa el flagelo. Así lo remarcó en una entrevista a Televisión Española:

Periodista: A veces es necesario, gobernar y tomar decisiones, aunque uno no esté de acuerdo con ellas. Me explico. Usted está plantando medidas en su país sobre el asunto de la marihuana, del aborto, del matrimonio homosexual. Usted ha dicho que no está a favor del aborto...

Mujica: ¿Quién va a estar a favor del aborto?

Periodista: Pero por lo menos usted está planteando ese debate, esas medidas.

Mujica: Pero no por estar a favor del aborto.

Periodista: Usted dice que lo hace por el bien de la comunidad, para evitar que el daño sea mayor.

Mujica: La cosa es sencilla y es sentido común. Creo que nadie puede estar a favor del aborto como cuestión de principio. Pero hay un cuadro de mujeres en toda la sociedad que se ve en la amargura de tener que tomar esa decisión contra viento y marea. Porque la familia no la entiende, por soledad, por avatares de la vida. Y en segundo, viven en la clandestinidad, la explotan y se juega la vida. Y toma decisiones más allá de las discusiones de principio que puedan tener los políticos y los filósofos. Y ahí hay vida que se pierden. Yo creo en reconocer la existencia de ese hecho. Ponerlo arriba de la mesa legalizándolo nos da la oportunidad de poder obrar persuasivamente sobre la decisión de esa mujer. Y si hay una cuestión económica, una cuestión de soledad, una cuestión de angustia, los hechos demuestran que muchas mujeres retroceden y se pueden salvar más vidas (31/3/2013).

Mujica suspende el hilo argumentativo de las corrientes feministas, que conecta la demanda de legalización del aborto con la libertad de la mujer para decidir sobre su cuerpo (“Nuestro cuerpo, nuestra decisión” o “Mi cuerpo, mis derechos”). En su lugar, pone en el centro la cantidad de vidas que se pierden cuando el Estado ignora este problema de salud pública. Vuelve a aplicar la lógica del padre

protector. Si se legaliza el aborto, él está convencido que se puede persuadir a la mujer de no abortar. De esta manera, se evitarían perder dos vidas: la del bebé y la de la madre. Es una explicación que, en un principio, comparte el marco conceptual de los sectores provida (“Salvemos las dos vidas”), pero no su solución. Frente a la propuesta de educación preventiva y política punitiva para evitar los abortos de los grupos provida, Mujica, sin dejar de reconocer la importancia que tiene la información y la pedagogía, apunta a darle una cobertura legal y un acompañamiento desde el Estado a las mujeres que se inclinan por esa decisión.

En la segunda variable del relato político, analizaremos el guion dicotómico. Esto quiere decir que desentrañaremos el conflicto, el desafío, el adversario que configura para llevar adelante su gestión. Un primer paso para analizar es que el mandatario uruguayo no construyó un adversario personalizado. Ni Luis Lacalle Pou o Edgardo Novick, por citar dos referentes del campo ideológico de la centroderecha y derecha uruguayo, fueron sus contrincantes. En otra dirección, Mujica buscó articular consensos con el arco opositor. Adolfo Garcé, politólogo de la Universidad de la República, y Eduardo Fernández, sindicalista y secretario del Partido Socialista (2005-2011), lo explican de la siguiente manera:

Eso es raro. Porque tiene cosas de populismo, pero eso no. No construyó enemigos. En ningún momento utilizó la lógica amigo-enemigo. Al contrario, es más, yo creo que Vázquez tenía un discurso más adversativo que él, que Mujica. Toda la vida lo que llamó la atención de Mujica es que tenía mayor capacidad de diálogo con los partidos tradicionales, particularmente con los blancos, que Tabaré Vázquez (10/12/2020).

Mujica, como presidente, nunca buscó la confrontación contra la derecha. En todo caso, era la derecha que confrontaba con él. Y en la respuesta, Mujica siempre estuvo por encima, buscando lo filosófico, “¿quién puede estar en desacuerdo con combatir la pobreza?”, “¿quién puede estar en desacuerdo en que las mujeres pueden tener los mismos derechos?” Siempre fue por ahí (11/12/2020).

En sentido contrario, Mujica articuló un adversario genérico: el consumismo. Dentro de la transformación cultural que proponía como trama, estaba incluida la disputa por una sociedad más sobria. Desde el ejemplo en primera persona y, como se observará en el repertorio simbólico, con mensajes visuales de su cotidianidad y su hogar, defenderá un estilo austero. Así lo expuso en la ONU y también en una entrevista a la cadena regional Telesur:

Prometemos una vida de derroche y despilfarro, y en el fondo constituye una cuenta regresiva contra la naturaleza, contra la humanidad como futuro. Civilización contra la sencillez, contra la sobriedad, contra todos los ciclos naturales. O peor: civilización contra la libertad que supone tener tiempo para vivir las relaciones humanas, lo único trascendente, el amor, la amistad, aventura, solidaridad, familia. Civilización contra tiempo libre no paga, que no se compra, y que nos permite contemplar y escudriñar el escenario de la naturaleza... Cabe hacerse esta pregunta, huimos de nuestra biología que defiende la vida por la vida misma, como causa superior, y lo suplantamos por el consumismo funcional a la acumulación (24/9/2012).

El problema es que el consumo se transformó en el motor del sistema capitalista. ¿Cuál es la tragedia de todos los gobiernos? La economía tiene que crecer. Para que crezca, la gente tiene que consumir más y hay que gastar más. Y si se llega a parar

el consumo, tenés una tragedia. ¿Por qué? Porque no somos capaces de acortar la hora del trabajo y una cantidad de cosas. En vez de discutir la ecología, deberíamos discutir de alta política. El desastre ecológico es consecuencia de que la política no está gobernando el mundo, sino que el mercado está conduciendo el mundo (9/1/2013).

Se evidencian dos interpretaciones de Mujica sobre el consumismo: una de escala micro (personal) y otra de escala macro (colectiva). Sobre la primera, el mandatario está convencido que el consumismo le quita tiempo al ser humano. Para gastar y adquirir productos, hay que trabajar, por ende, hay que invertir tiempo en tareas ingratas. Este proceso introduce a las personas en un bucle compuesto por dos elementos: trabajo y consumo de bienes materiales. Son dos variables interdependientes, que se retroalimentan constantemente y les quitan libertad a los ciudadanos actuales (Lowy, 2012). El “tener” opaca la búsqueda del “ser” (Riechmann, 2012). Inmerso en ese círculo vicioso, según Mujica, el hombre se olvida de otras cuestiones esenciales de la vida: la amistad, el disfrute, la contemplación, la creación y la naturaleza. A raíz de esta noción, Mujica se referencia permanentemente en filósofos como Epicuro o Séneca. “Pobre no es el que tiene poco, sino el que necesita infinitamente mucho” o “No soy pobre, soy sobrio, liviano de equipaje, vivir con lo justo para que las cosas no me roben la libertad”, son frases recurrentes. Esta prédica lo convierte en una *rara avis* en los mandatarios actuales, una especie de “gobernante filósofo”. Mujica enuncia para gestionar, pero también para reflexionar. Permanentemente, busca que sus palabras impacten en la manera que las personas interpretan y abordan la vida en el siglo XXI.

En el nivel estructural, la política –según él– es la herramienta colectiva para superar el consumismo. El poder debe concentrarse en reemplazar la cultura descartable (usar, tirar y adquirir productos diariamente) por una cultura consciente que preserve los recursos naturales. Esa metamorfosis se producirá a través de un nuevo marco legal, por un lado, y, por el otro costado, de una idea de progreso que deje de lado el materialismo, el crecimiento del PBI, el productivismo, y se ocupe del bienestar y de la salud del hombre. En síntesis, el guion dicotómico de Mujica no está constituido por protagonistas individualizados (Denning, 2008), sino que, por el contrario, el antagonismo se vertebra contra una abstracción, el consumismo. La trama cultural se viabiliza mediante el combate binario entre hombre (ciudadanía global) y consumismo (problema global). El mandatario busca interpelar a los uruguayos, pero también a personas de otras nacionalidades. Es un mensaje que trasciende las fronteras y aspira a la constitución de una nueva subjetividad.

La tercera variable para examinar del relato político es el arco temporal. En otras palabras, cómo se ensamblan los tres tiempos verbales –pasado, presente y futuro– en la narrativa gubernamental. Analizar si prevalece alguno de los tres y por qué. Un indicio son las siguientes tres exposiciones, en dos entrevistas, una para *canal 9* de Argentina, otra para la revista *Garganta Poderosa*, y en un discurso en la Cumbre del Mercosur:

Yo soy muy nostálgico cuando escucho tango, pero en la vida no miro para atrás. Siempre ando persiguiendo alguna quimera por ahí y haciéndome problemas por quimeras. A veces, se transforman en utopías y a veces, ¿por qué no? Algún pequeño logro y subimos algún escaloncito (9/1/2011).

Honrar la vida y apostar al futuro permanentemente. No es que la memoria, los recuerdos, el pasado no tiene importancia. Tiene flor de importancia. Pero no se puede vivir mirando para atrás. Más bien, mirar para atrás es para aprender. La lucha por el progreso humano no termina nunca, nunca. Y nunca llegamos y tocamos el cielo con las manos. No hay ningún arco del triunfo. El triunfo está en el camino, en el propio camino, el premio está en el propio camino (18/6/2014).

La palabra innovación pueden considerarse productos nuevos que se colocan, pero hay otra innovación, la innovación profunda que surge de la investigación propia. No hay soberanía de largo plazo, si no hay conocimiento nuestro. La batalla del futuro es en derredor del conocimiento. Y es un craso error que no podamos juntar el esfuerzo universitario latinoamericano y tener un sistema común de investigación porque llegamos tarde, porque nos llevan enorme ventaja. Porque el siglo en el que entramos es el siglo de la biología. Porque estamos en la última reserva agrícola que le queda a la humanidad. Y es criminal que la biología no sea el centro de la preocupación del Mercosur (23/10/2014).

Entre las dos zonas temporales que plantea Koselleck (1993), “horizonte de expectativa” y “espacio de experiencia”, Mujica se desenvuelve principalmente en la primera. Enlaza el presente con el porvenir. A diferencia de lo que se examinará en el *ethos* presidencial, a nivel gubernamental privilegia el lenguaje aspiracional. La trama de la transformación cultural conlleva tiempo. Como todo cambio sistémico al que aspira un reformista, es lento, paulatino y tácito. El proceso es parte del resultado y las formas son fondo. Las políticas públicas que propone –legalización del cannabis, despenalización del aborto, matrimonio igualitario y cuidado del

medioambiente– no mostrarán resultados concretos de manera inminente, sino que, por el contrario, van a evidenciar un progreso en el tejido social con el paso de los años o, inclusive, de las décadas. Esto significa que son difíciles de capitalizar en términos político-electorales por el partido gobernante.

Este discurso concentrado en el futuro lo diferencia del populismo latinoamericano y del marxismo en dos sentidos: temporalidad y formas. En primer lugar, deja constancia que, en sentido contrario del determinismo histórico del marxismo ortodoxo, el presidente uruguayo prioriza el proceso sobre el resultado. Se impone lo que Gramsci (2004) califica como “filosofía de la praxis”, un sistema de pensamiento que hace hincapié en la transformación moral, intelectual y cultural de la sociedad. El pensador italiano proponía superar la perspectiva exclusivamente material del socialismo, trascender el economicismo que envolvía a una gran parte del pensamiento marxista de su época. Volviendo a Mujica, este considera que el cambio civilizatorio se produce de manera incremental, con otro modelo de educación (basada en el “ser” más que en el “tener”), proponiendo otra conciencia sobre la libertad del individuo y promoviendo el respeto a la naturaleza. De este modo, en vez de descansar en el optimismo teleológico, que la historia está programada para acabar con el capitalismo, Mujica propone una *praxis* diaria que genere un nuevo orden cultural en la sociedad. La búsqueda de un sentido común distinto al imperante (el consumismo) es un trabajo cotidiano que, como vimos previamente, se debe desarrollar dentro de las instituciones políticas, sociales y educativas. Así lo marcaba en una entrevista al diario *El Periódico* de España:

No se puede estar 30 o 40 años planteando la palabra revolución y que la gente tenga dificultades para comer. No podemos sustituir las fuerzas productivas de un día para otro, de la noche a la mañana ni en 10 años. Son procesos que necesitan la coparticipación de la inteligencia. Hay que dar batalla en el seno de las universidades para la multiplicación del talento humano. Pero, al mismo tiempo que peleamos por transformar el futuro, hay que hacer funcionar lo viejo porque la gente tiene que vivir. Es una ecuación difícil. El desafío es bravo. Hay quienes todavía siguen con lo mismo que decíamos en los años 50 del siglo pasado. No se han hecho cargo de lo que pasó en el mundo y por qué pasó. Siento como más las derrotas que tuvo el movimiento socialista. Me enseñan lo que no debo de hacer. Pero eso no significa venirme a tragar la pastilla del capitalismo a estas alturas de mi vida (29/11/2013).

Como se observó en la construcción de la trama, en la estructura temporal también se detecta una concepción humanista por parte de Mujica. La defensa a largo plazo de la especie humana es una premisa que el presidente uruguayo sostiene a lo largo de todo su gobierno. Poner por delante los intereses del ser humano más que los de una nación determinada. El cuidado del medioambiente es la piedra angular de esta noción, pero no es la única variable que pregona Mujica. El impulso de valores posmateriales –el matrimonio igualitario, las despenalizaciones del cannabis y del aborto– son fundamentales para lograr una sociedad más justa y abierta en el futuro. Así, lo prospectivo se impone sobre lo reivindicativo y la visión desplaza a la memoria. Temporalmente, el relato político se sitúa entre el presente y el futuro, entre la gestión y un horizonte de expectativas.

Con relación al repertorio simbólico, el objetivo es precisar y analizar los distintos

signos que caracterizaron a la narrativa presidencial: vestuario, escenarios, próceres, dispositivos, mitos, rituales, gestos, banderas, etc. Lalancette y Raynauld denominan “retórica visual” (2019) a la combinación de estos recursos, a cómo se estructuran en una narrativa coherente y consistente para movilizar a la opinión pública. Un primer aspecto para destacar es el lugar que le otorga Mujica a su vida privada. En vez de ofrecer entrevistas a medios de comunicación o reuniones políticas en ámbitos institucionales, tales como el Palacio Estévez, la Residencia presidencial de Suárez y Reyes o la Estancia Anchorena, el extupamaro privilegia su chacra ubicada en Rincón del Cerro. Diluye la esfera pública en la esfera privada. Desde la intimidad de su hogar le imprime significado al relato político. La trama de la transformación cultural se materializa con el contexto visual de su casa. Animales sueltos –gallinas, perros, gatos–, una flora abundante, una huerta de verduras, un tractor, un Volkswagen Escarabajo año 1987, árboles por doquier y una construcción de tan solo tres ambientes marcan la geografía privada de Mujica. Este repertorio simbólico corporizó y potenció temáticas sensibles para Mujica como el cuidado al medioambiente y la promoción de una vida austera. Matías Ponce, Doctor en Ciencia Política y miembro del equipo comunicacional del gobierno de José Mujica (2010-2015), señala la recepción de esta comunicación no verbal:

Fue todo un repertorio simbólico. De hecho, mucha gente lo critica: fue todo simbólico y nada concreto. La perra Manuela. Su fusca. Todo el mundo conoció su casa. Era inusitado el interés que despertaba en los medios internacionales. Una persona que vivía como el pueblo. Es la antítesis de Tabaré Vázquez y Ricardo Lagos. Un estadista o un profesional (10/12/2020).

Esta marca estética despertó gran interés a nivel internacional. La cadena británica *BBC* tituló un reportaje: “El presidente más pobre del mundo”. Además de las enunciaciones del presidente, la prensa prestaba atención a la información contextual. El factor noticiable era que un mandatario nacional acopla el lenguaje verbal con el lenguaje no verbal, una conexión entre el texto y la imagen, una coherencia entre lo predicado y lo vivido. En un escenario político signado por la crisis de representación, donde la ciudadanía percibe que sus líderes no cumplen en su vida privada con lo pregonado en las instituciones públicas, el correlato entre los niveles discursivo y práctico le aportó un diferencial a Mujica. Asimismo, producía una conexión especial con los sectores más humildes, que percibían que su presidente los representaba no solamente a través de la escucha y canalización de sus demandas, sino también desde el plano simbólico. “Yo creo que los presidentes deben vivir como vive la mayoría de su pueblo y no como vive la minoría privilegiada”, sostuvo en repetidas ocasiones Mujica ante la televisión. Christian Mirza lo analiza del siguiente modo:

Vos ves la foto del Rey Juan Carlos visitando a Mujica en chancletas es surrealista, pero es real. Eso le dio un grado de legitimidad política muy importante. La gente más pobre, sobre todo, lo veía como un igual. Más allá de la investidura, ver al Pepe que dijo nunca voy a ir de corbata al senado. El traje se lo ponía obligado. Esa figura que tiene un poco de populismo, pero no es populismo. Es otra cosa: un dirigente popular que ha hecho políticas populares. Era coherente. Eso le daba un plus de legitimidad respecto a cualquier otro dirigente (5/12/2020).

Mujica condensó la simbología del gobierno en su figura. Asumió la centralidad

estética y revistió a la gestión mediante imágenes vinculadas a la esfera íntima, no institucional. En este caso, los atributos personales funcionan como atajo cognitivo de la administración. La ciudadanía sintetiza una cantidad de información importante en un solo individuo. A través del registro visual personal (nivel micro), se simplifica el significado de la gestión (nivel macro). En vez de ofrecer imágenes de los ministros o mensajes simbólicos inclusivos (bandera de Uruguay), el presidente recurre a su estilo de vida. José Luis Dader (2017) califica a este fenómeno como “escenificación política hiperbólica”, que se caracteriza por la exageración de los aspectos íntimos y la respectiva conexión de estos con la cultura popular, brindándole un halo de celebridad al sujeto protagonista.

Afuera de su espacio privado, Mujica también entabla una estrategia visual diferenciada. En línea con la crítica que le hace al consumismo, se presenta con un vestuario informal, sobrio, no usa joyas, corbata ni trajes de marcas conocidas, solo utiliza camisa y saco. A su vez, para completar el sistema diacrítico, aparece despeinado y sin afeitarse. El ejemplo más contundente fue el 26 de diciembre de 2013, cuando se presentó en sandalias a la jura del nuevo ministro de economía, Mario Bergara. Con unas uñas largas –que mostraban cierto descuido–, los pantalones levantados como si fueran bermudas y un perfil en general desalineado, la imagen llamó la atención de la opinión pública que, como pocas veces, se dividió en dos posiciones contrapuestas. Por un lado, se resaltó la espontaneidad, coherencia y naturalidad del presidente, atributos que sin duda tallaron su impronta y su gestión. Pero, por otra parte, también se lo criticó por no cumplir con el protocolo oficial, de impo-

ner una cultura estética personalista que desprestigiaba la cultura institucional.

Con relación a esto, el presidente tenía una metodología comunicacional que repitió a lo largo de toda su gestión, que eran las ruedas de prensa informal. Al finalizar cada actividad o acto, Mujica recibía a los periodistas en la calle sin ningún tipo de protocolo ni agente de prensa que regulara las preguntas. Frases resonantes, titulares provocativos, declaraciones polémicas formaban parte de dichas exposiciones mediáticas. Si bien a veces encuadraba la noticia y lograba direccionar el sentido social, en otras ocasiones esta dinámica le ocasionaba ciertos prejuicios comunicacionales, porque deslizaba una afirmación que erosionaba a aliados o contradecía a fuentes oficiales.

Este canal comunicacional informal se complementó con las entrevistas individuales que Mujica otorgaba a periodistas locales y extranjeros. A diferencia de otros líderes de la Nueva Izquierda Latinoamericana (Rodríguez Garavito et al., 2005), como Hugo Chávez, Cristina Fernández o Evo Morales, que optan por lo que José Natanson (2010) llama “bypass mediático”, es decir, esquivar la vía de la prensa y relacionarse directamente con la sociedad, el presidente uruguayo escoge la mediación de los periodistas. Se ajusta al modelo liberal, donde el periodismo funciona como un cuarto poder que vigila, hace de contrapeso y representa a la opinión pública. Según Mujica, las empresas mediáticas no son vehículos de las clases dominantes para manipular al pueblo. En escasas ocasiones reconoció que pueden tener sesgos ideológicos y no emprendió iniciativas legales para modificar el mercado de los *mass media*, como se hizo en Argentina, Bolivia, Venezuela y Ecuador. En vez de establecer una relación conflic-

tiva y polarizadora, podríamos afirmar que Mujica instauró un vínculo simbiótico, donde ambas partes sacaban provecho: los medios tenían la cobertura y el titular del día, y el presidente lograba amplificar su agenda o postura.

En la circulación del *ethos* presidencial, Mujica relató su experiencia como preso en la última dictadura cívico-militar². El último encarcelamiento, que duró trece años (1972-1985), fue una época fructífera para él: revisó su doctrina ideológica, la lucha armada y su forma de abordar la vida. Estos elementos biográficos son recuperadas asiduamente por el presidente y aplicados estratégicamente para abordar problemáticas actuales. El pasado funciona como un depósito de herramientas. Así lo puso de manifiesto en sus discursos en la Asamblea General de las Naciones Unidas y la UNASUR:

Mi historia personal, la de un muchacho- porque alguna vez fui muchacho- que, como otros, quiso cambiar su época, su mundo, el sueño de una sociedad libertaria y sin clases. Mis errores son en parte hijos de mi tiempo. Obviamente los asumo, pero hay veces que medito con nostalgia. ¡Quién tuviera la fuerza de cuando éramos capaces de albergar tanta utopía! Sin embargo, no miro hacia atrás porque el hoy real nació en las cenizas fértiles del ayer. Por el contrario, no vivo para cobrar cuentas o reverberar recuerdos (24/8/2013).

Por eso, pertenezco a un movimiento que se golpeó la boca. Y salió a intentar cambiar el

mundo y nos molieron a palos. Acariciamos nuestros sueños. Eran tiempos que pensábamos que la dictadura del proletariado era una explicación importante de la lucha de clases. Y naturalmente cada generación comete sus vicisitudes. Pero aquel fuego que llevábamos adentro era tan grande que nos permitió llegar hasta hoy, siendo conscientes de los errores que cometimos, pero siendo consciente de la gigantesca generosidad con que abrazamos la vida (5/12/2014).

Como se vislumbra, Mujica utiliza el pasado de una manera pedagógica, no reivindicativa. Se autopercebe como un militante político que intentó cambiar el mundo mediante las armas, y no lo logró. La revolución socialista fue el objetivo que, entre la década del sesenta y la del setenta, se trazó el Movimiento de Liberación Nacional - Tupamaros. Cuando rememora ese pasado, no lo hace desde una postura positiva, sino que lo hace desde una óptica crítica. Pone en tela de juicio las aspiraciones (alcanzar una sociedad sin clases) y la metodología que escogieron (guerrilla urbana). Él forma parte de una generación que, supuestamente, aprendió de sus errores. Dicha curva de enseñanza lo legitima para afrontar la agenda del mundo actual. Mujica intentó otras vías políticas y económicas, y falló. Por condiciones subjetivas (mala *praxis* suya y de Tupamaros) y objetivas (contexto desfavorable para llevar a cabo una revolución). Con el paso del tiempo y la prisión, revalorizó la democracia representativa liberal y la economía de mercado. Al haber formado parte de una organización guerrillera y revolucionaria, Mujica ensayó y materializó los discursos más extremistas de su época. Este viraje, constituido por una introspección y una autocrítica, lo legitima frente a actores que en el presente y en el plano narrativo se posicionan a la izquierda del espectro ideológico.

2. Durante este período, el país estuvo gobernado, por el político y empresario ganadero Juan María Bordaberry (1973-1976), Alberto Demicheli (1976), simpatizante del Partido Colorado, Aparicio Méndez del Partido Nacional (1976-1981), Gregorio Álvarez designado por las Fuerzas Armadas (1981-1985) y el presidente de la Corte Suprema de Justicia, Rafael Addiego Bruno (1985).

Un segundo elemento para subrayar de su experiencia en la cárcel es el aprendizaje ontológico. Además de las consideraciones políticas e ideológicas, Mujica incorporó determinados atributos tales como el perdón, la reconciliación, la resiliencia y la alteridad. Así lo enfatizó en Naciones Unidas:

Y sabes una cosa, nadie te puede devolver lo que perdiste. Lo que perdiste en un calabozo, lo que fuiste tratado como tarro al basural y otras cosas. En la vida hay que aprender a cargar con una mochila de dolor, pero no vivir mirando la mochila. La vida hay que mirarla hacia delante. Cada madrugada amanece y la vida es porvenir. Y es tan hermoso que hay que defenderla y hay que quererla. Y transmitir: puedes caer mil veces, el asunto es que tengas la fuerza y el coraje de volver a levantarte, y volver a empezar. Y el volver a empezar es una actitud general que hay que pregonar en la vida. Los únicos derrotados en el mundo son los que dejan de soñar y luchar y de querer. Y es la diferencia que tiene la vida humana: se le puede dar un contenido (31/5/2013).

Como evidencian estos dos extractos, Mujica interpreta que la vida es evolución. El pasado funciona como un insumo informativo para no repetir los errores. Pero el esfuerzo –mental y anímico– no debe estar concentrado en lo que sucedió, sino en el porvenir. Para progresar es imprescindible vivir sin rencores. El perdón es clave para avanzar. Condonar tanto a los terceros como a uno mismo. En su caso, el pedido de perdón se refiere a la *praxis* de Tupamaros; en cambio, las disculpas en tercera persona apunta al accionar de las fuerzas armadas, a los militares que lo torturaron, lo aislaron y lo tuvieron preso en cuatro oportunidades. El presidente uruguayo, a través de su experiencia personal, siempre pregonó la superación de lo

sucedido en las décadas del setenta y del ochenta. El 5 de mayo de 2011³, cuando se votaba la anulación de la Ley de Caducidad de la Pretensión Punitiva del Estado que amnistió a los militares por los crímenes cometidos en la última dictadura, el mandatario se presentó en la Cámara de Diputados y les dijo a los legisladores del Frente Amplio: “No vengo a pedirles que no voten, pero siento la necesidad, más que como presidente, como integrante de la fuerza política, de decir que este es un camino equivocado”. Finalmente, debido a la ausencia de un diputado cercano a Mujica y militante del MPP, Víctor Semproni, no se pudo anular dicha norma. La reconciliación –según él– es el camino correcto para que Uruguay evite fricciones y divisiones innecesarias y se concentre en el presente y el progreso. Daiana Ferraro, docente e investigadora en Universidad de la República y subdirectora General de Integración y Mercosur (2011-2014), y Matías Ponce, así lo explican:

A título personal: siempre fue conciliador. Él habla que su primer desfile fue frente al batallón que lo tuvo preso. No confrontaba. A título país se intentó cambiar la ley de caducidad para perseguir a las personas que habían violado a los derechos humanos. Pero el no estaba enojado. Huidobro y Rosencof tampoco estaban enojados. Huidobro fue ministro de Defensa (6/12/2020).

Él podría haber venido con ideas revanchistas, que sería totalmente comprensible después de estar preso durante 13 años, tres años en un pozo negro. En una época, hicimos una campaña para que ganara el Nobel de la Paz. Y se lo tenía que haber ganado porque

3. Dicha ley fue aprobada en 1986 y, si bien fue respaldada por tres referendos ciudadanos (1986, 1989 y 2009), fue declarada inconstitucional en tres ocasiones por la Corte Suprema de Uruguay. Además, le valió una sanción por parte de la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

no usó su historia de modo revanchista. Y ahí cuando se despidió del senado lo volvió a decir: “Yo no cultivo el odio en mi corazón. Se pueden quedar tranquilos que no cultivo el odio en mi corazón”. Y se dio un abrazo con Sanguinetti (10/12/2020).

Además de la reconciliación, Mujica también proyecta su estilo de vida austero. Utiliza su esfera privada –vivienda, automóvil, jardín, mascotas, etc.– para difundir un discurso de sobriedad en la esfera pública. Así lo ponía en evidencia en una entrevista en la cadena británica BBC y en un discurso en el Senado de Chile.

Dicen que yo soy el presidente pobre, no: yo no soy presidente pobre. Pobres son los que tienen más, los que no les alcanza nada. Esos son pobres. Porque se meten en una carrera infinita. Entonces, no les va a dar el tiempo, la vida ni nada. No. Yo tomo la austeridad como camino y el renunciamento. Liviano de equipaje para tener tiempo para hacer lo que a mí me gusta (15/11/2012).

Entonces, el andar liviano de equipaje no es una pose poética, es un cálculo crudamente materialista: no esclavizar la vida por cuestiones materiales para tener el mayor margen de libertad y tiempo de la vida para gastarlo en las cosas que a uno lo motivan. Hay una libertad en el sentido abstracto, grandilocuente, o de carácter histórico, pero hay una libertad personal. Cada vez que me tengo que gastar la existencia peleando por la chaucha, si la chaucha es muy complicada, si tengo una casa muy complicada, si necesito muchos medios materiales, si tengo que cambiar el coche todos los años, bla, bla, bla, todo eso, tengo que laburar, y después laburar para que no me roben y así sucesivamente hasta que soy un viejo hidropésico, y marchaste (12/3/2014).

La discusión que intenta habilitar Mujica es el sentido de la vida. El mandatario se opone a lo que Michael Sandel (2013) de-

nomina “triumfalismo de mercado”. Esto quiere decir que la economía comienza a dominar todas las dimensiones del hombre: ocio, afectos, educación, salud, cultura, etc. Se mercantilizan todos los aspectos del ser humano. En vez de tener una economía de mercado, se tiene una sociedad de mercado. La moralidad es reemplazada por la lógica de rentabilidad que se apoya en la ecuación costo-beneficio. Lo llamativo es que Mujica toma esta última concepción como base y arguye que él no tiene demasiados bienes materiales para no perder tiempo en ellos. Ese espacio temporal prefiere dedicárselo a actividades que le dan placer, como la lectura, la florería o las amistades. Por eso, afirma que la austeridad es un cálculo: menos bienes materiales, más tiempo para disfrutar.

Mujica ha sostenido durante décadas esta imagen de austeridad. Esta secuencia de largo plazo le aporta legitimidad y solidez en cuanto a su imagen. De este modo, conecta el decir con el hacer; verbo y acción están ensamblados. Esta coherencia es el cimiento de lo que se denomina “storydoing”, una “técnica narrativa que, a través de la visualización de acciones o experiencias, moviliza el sentido social y, al mismo tiempo, incrementa la credibilidad y legitimidad del líder político” (Sarasqueta, 2021a, p.78). Este ascetismo lo ha acercado a la sociedad de su país. “A él le fastidia la pompa del poder. Instaló la moda de no usar la corbata. El presidente liso y llano. Hay muchas cosas estas de Mujica que son uruguayas. El tema es que Mujica las lleva a la N”, señala el politólogo Adolfo Garcé. En resumidas cuentas, se podría decir que la austeridad, a nivel local, teniendo en cuenta la idiosincrasia uruguaya, le aportó credibilidad y, a nivel internacional, exposición y protagonismo.

5. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo era desmenuzar el relato político de José Mujica. Las legalizaciones del aborto, cannabis y matrimonio igualitario y la lucha contra la contaminación ambiental fueron los vectores temáticos que fundaron la trama del cambio cultural. En segundo lugar, respecto al guion dicotómico, Mujica escogió para confrontar un adversario genérico: el consumismo. Siguiendo la línea de la trama cultural, atacó –tanto a nivel local como internacional– la cultura del despilfarro que atraviesa la sociedad en esta época. Ahí estuvo condensada su negatividad, en el modo de vida que impulsa el actual sistema económico. La revisión del modelo productivo y cultural, para él, es un imperativo ético.

En tercer lugar, analizamos la estructura temporal. Conectado con las dos anteriores variables, Mujica priorizó el futuro. Di-

señó un horizonte de expectativas –salud, sobriedad, fraternidad global– en torno al mundo que le dejaremos a nuestros hijos y nietos. Aquí plasmó una solidaridad intergeneracional, donde la responsabilidad por el cuidado de la naturaleza es fundamental para conservar la vida en el planeta. Al tiempo presente lo asoció con una crisis civilizatoria y al futuro como una oportunidad de reencuentro entre los seres humanos.

En el campo simbólico, Mujica desplegó una estética vinculada al plano personal. Desde el escenario donde otorgaba las entrevistas a medios internacionales, su charca en Rincón del Cerro, hasta el vestuario informal y desfachatado que escogía para una conferencia de prensa. En esta esfera, el presidente uruguayo recurrió a una estrategia visual en primera persona del singular, que potenció la trama del cambio cultural. Por último, el *ethos* presidencial estuvo marcado por dos niveles: su condición de preso político durante la última

Gráfico I. Relato político de José Mujica (2010-2015)



Fuente: elaboración propia

dictadura militar (1973-1985) y, retomando el repertorio simbólico, su modo de vida austero. Con su historia personal apuntó a reconciliar a la sociedad uruguaya. En varias ocasiones se encontró con antiguos oficiales que formaron parte de la represión y les pidió a los diputados oficialistas que rechazaran la anulación de la Ley de Caducidad. Les solicitó dejar atrás ese pasado y concentrarse en los desafíos que tiene el país hacia delante. Dentro de esos retos se encuentra reconsiderar el modelo de consumo actual. Con la exhibición de su forma de vida sobria, legitimó la trama cultural del cambio y, asimismo, configuró un mensaje ontológico sobre qué es la vida y qué hacemos con uno de los recursos finitos que tenemos los seres humanos: el tiempo.

Respecto a recomendaciones para trabajos futuros, se abren varias líneas de investigación. Un primer aspecto para tratar sería la metodología. Mientras en este documento se utilizaron dos técnicas cualitativas, el análisis de discurso y la entrevista semiestructurada, en un siguiente proyecto se podría añadir otra herramienta cuantitativa: el análisis de contenido. De este modo, se lograría una radiografía textual más completa del fenómeno, ya que, si con el análisis del discurso exploramos el significado latente de los enunciados, con el análisis de contenido precisaríamos las palabras e ideas manifiestas. Por otro lado, sería interesante ahondar en la construcción social del relato político. Es decir, cambiar el objeto de estudio y centrarse en la ciudadanía: pasar de la producción a la recepción discursiva. En otras palabras: ¿de qué manera interviene el ciudadano en el relato político? En qué plataformas sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok, etc.) lo hace, si se expresa a través de la gramática digital (memes, *GIFs*, *stickers*) o la gramática

tradicional, si replica sin cuestionamientos o con un tono crítico, la frecuencia de sus intervenciones, por mencionar algunos disparadores. Asimismo, detectar también en qué medida el relato político es permeado por dichos contenidos, produciendo un ciclo virtuoso entre la comunicación descendente (del presidente a la ciudadanía) y la comunicación ascendente (de la ciudadanía al presidente). En relación con esto último, sería útil indagar la construcción de hegemonía por parte de los líderes a través del marco teórico que ofrecen investigadores como Ernesto Laclau y Chantal Mouffe.

Bibliografía

- Alonso, L. (1999). "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa", en Delgado, J y Gutierrez, J. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Editorial Síntesis, pp. 225-239
- Álvarez Gayou, J. (2003). *Cómo hacer una investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, México D. F: Paidós Educador.
- Amado, A. (2016). *Política pop. De líderes populistas a telepresidentes*. Buenos Aires: Ariel.
- Barthes, R. (1966). "Introducción al análisis estructural de los relatos", en R. Barthes et al. *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, pp. 9-43.
- Bennet, L. (2012). "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* Vol. 644 (1), pp. 20-39.

- Borrat, H. (2000). "El primado del relato", *Revista Análisis*, vol. 25, pp. 41-60.
- Brooks, A. (2019). *Love your enemies*. New York: Broadside Books.
- Bruner, J. (1986). *Actual minds, possible words*. Boston: Harvard University Press.
- Canaleta, P. (2010). *Explica't amb una historia*. Barcelona: Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Castells, M. (2018). *Ruptura*. Alianza Editorial: Madrid.
- Chávez, D., Rodríguez Garavitto, C. y Barret, P. (2005). *La nueva izquierda en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2016a). "Campaña negativa. Análisis de los spots televisivos de siete elecciones presidenciales argentinas (1983-2011)", en J. del Rey Morató, A. Campillo (eds.). *Campañas electorales en América Latina, España y Portugal*. Madrid: Editorial Fragua, pp. 35-45.
- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2016b). "Comunicación política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión", *Comunicación y Hombre* (12), pp. 33-36.
- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2016c). "Doce ingredientes para la construcción de un relato de gobierno", en E. Richard y A. González (eds.), *Manual de comunicación de gobierno*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, pp. 195-210.
- Dader, J. (2017). "Escenificación de la política", *Diccionario enciclopédico de comunicación política*, disponible en: [https://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Escenificaci%C3%B3n_de_la_pol%C3%ADtica_\(Political_Hype\)](https://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Escenificaci%C3%B3n_de_la_pol%C3%ADtica_(Political_Hype))
- De Fina, A. y Georgakopoulou, A. (2015). *The handbook of narrative analysis*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Denning, S. (2008). "Storytelling in civic and political leadership", *Encyclopedia of Political and Civic Leadership* Recuperado de: <http://www.stevedenning.com/Documents/StorytellingForPolitical&CivicLeadersNov25-08.pdf>
- Gramsci, A. (2004). *Antología. Selección y traducción de Manuel Sacristán*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Gurri, M., Denny, C. y Harms, A. (2010). "Our visual persuasion Gap", *The US Army War College Quarterly: Parameters*, 40 (1).
- Herman, D. (2009). *Basic elements of narrativity*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Joo, J., Li, W., Steen, F. F., & Zhu, S. (2014). "Visual persuasion: Inferring communicative intents of images. Proceedings of the IEEE", *Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, pp. 216-223.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution. Changing values and political styles among western publics*. Princeton University Press: New Jersey.
- Kahneman, D. (2011). *Life as a Story. Thinking, fast and slow*. New York: Digital Farrar, Straus and Giroux.
- Klent, M. (2015). "The power of storytelling in public relations: Introducing the 20 master plots", *Public Relations Review*, vol. 41(4), 480-489.
- Koselleck, R. (1993). *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Lakoff, G. (2008). *Puntos de reflexión. Manual del progresista*. Madrid: Península.
- Lalancette, M. y Raynauld, V. (2019). "The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics", *American Behavioral Scientist*, 63 (7), pp. 888-924.

- Lowy, M. (2012). *Ecosocialismo. La alternativa radical a la catástrofe ecológica capitalista*. Madrid: Biblioteca nueva.
- Montero, S. (2015). "El joven militante y el viejo sabio. Relatos sobre el pasado reciente y ethos discursivo en Néstor Kirchner (Argentina, 2003-2007) y José Mujica (Uruguay, 2010- 2015)", *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 24, pp.121-137.
- Natanson, J. (28/8/2010). "By pass mediático", *Página 12*, Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-152219-2010-08-29.html>
- Pléh, C., (2003). "Narrativity in text construction and self-construction", *Neohelicon*, vol. 30 (1), pp. 187–205.
- Poletta, F. (2006). *It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pujadas Capdevilla, E. (2016). "Las claves del storytelling político. El caso de la política pop", en R. Sánchez Medero, ed. *Comunicación política: nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Madrid: Tecnos, pp. 123-147.
- Riechmann, J. (2012). *El socialismo puede llegar sólo en bicicleta*. Madrid: Catarata.
- Ruiz Olabuénaga, J.I. e Ispizua, M.A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sánchez de Dios, M. (2012). *Política comparada*. Madrid: Síntesis.
- Sandel, M. (2013). *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*. Debate: Buenos Aires.
- Sarasqueta, G. (2017). "El Mayo latinoamericano: José Mujica, Rafael Correa y los relatos de la nueva izquierda", *Revista Question*, vol. 1(53), pp.338-358.
- Sarasqueta, G. (2020). "Anatomía del relato político: conceptualización, funciones y piezas de una herramienta comunicacional estratégica. El caso del presidente Mauricio Macri (2015-2018)", *Política y Sociedad*, vol. 57 (3), pp. 821-841.
- Sarasqueta, G. (2021a). "Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing", *Comunicación y Hombre*, 17, pp. 73-84.
- Sarasqueta, G. (2021b). "La socialdemocracia latinoamericana pide la palabra. El relato político de la segunda presidencia de Michelle Bachelet (2014-2018)", *Revista de Estudios Políticos*, Vol. 192, pp. 253-283.
- Schiffrin, D. (1994). *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell.
- Selbin, E. (2012). *El poder del relato. Revolución, rebelión, resistencia*. Buenos Aires: Interzona.
- Simmons, A. (2007). *Whoever tells the best story wins*. New York: Amacom.
- Smith, C. (2003). *Moral, believing animals. Human peronhood and culture*. New York: Oxford University Press.
- Stake, R. E. (1995). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Truby J. (2010). *The Anatomy of story: 22 steps to becoming a master storyteller*. New York: Farrar Straus and Giroux.
- Van Dijk, T. A. (Ed.). (1997). *Discourse Studies. A Muldisciplinary Introduction*. London: Sage publications.
- Veneti, A. Jackson, D. y Lileker, D. (Eds.), *Visual Political Communication*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Yin, Robert K. 1994. *Case Study Research. Design and Methods*. Second edition. London: Sage publications.
- Yorke, J. (2014). *Into the woods. A five-Act Journey into Story*. New York: Penguin Random House.

Fuentes documentales

Mujica, J. (2010). Discurso de asunción. Disponible en: <https://shortest.link/Ftj>

Mujica, J. (2012). Entrevista en BBC. Disponible en: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/11/121108_mujica_entrevista_gl

Mujica, J. (2012). Discurso en la Cumbre Río+20. Disponible en: https://medios.presidencia.gub.uy/jm_portal/2012/noticias/NO_E600/mujrio.pdf

Mujica, J. (2013). Entrevista en Telesur. Disponible en: <https://youtu.be/1eBExNuHCjE>

Mujica, J. (2013). Entrevista en El Periódico. Disponible en: <https://shortest.link/EaL>

Mujica, J. (2014). Discurso en la UNASUR. Disponible en: <https://www.nacion.com/el-mundo/conflictos/emotivo-discurso-de-jose-mujica-en-cumbre-de-unasur/ERAWKP2G65CGNMILIDWE-TQH70A/story/>

Mujica, J. (2014). Discurso en la Cumbre del Mercosur. Disponible en: <https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/videos/mujica-cumbre-del-mercosur-parana-argentina>

Mujica, J. (2014) Discurso en Condecoración por compromiso con los derechos humanos. Disponible: <https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/noticias/reconocen-mujica-leyes-matrimonio-igualitario-aborto-combate-narcotrafico>

Mujica, J. (2014). Discurso en Condecoración en el Senado Nacional de Chile. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=q1MqNazbZ3M>

Mujica, J. (2014). Discurso en la Asamblea de las Naciones Unidas. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=-E6d_kZ-QPY

Entrevistas

Entrevista a Adolfo Garcé, profesor e investigador de la Universidad de la República. Fecha: 10/12/2020

Entrevista a Christian Mirza, ex director del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), profesor e investigador de la Universidad de la República. Fecha: 5/12/2020

Entrevista a Daiana Ferraro, docente e investigadora en Universidad de la República y subdirectora General de Integración y Mercosur (2011-2014). Fecha: 6/12/2020.

Entrevista a Eduardo Fernández, sindicalista y secretario del Partido Socialista (2005-2011). Fecha: 11/12/2020

Entrevista a Matías Ponce, Doctor en Ciencia Política y miembro del equipo comunicacional del gobierno de José Mujica (2010-2015). Fecha: 10/12/2020.

Christian Mirza, ex director del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) y actual investigador

