

# **Campañas Políticas**

## **I: Mujica y el Triunfo de la Narrativa**

## **Campañas políticas I: Mujica y el triunfo de la narrativa**

Copyright © 2015 Daniel Eskibel  
Todos los derechos reservados

*Este libro forma parte de la Biblioteca Maquiavelo&Freud. Lo puedes compartir libremente en internet a través de blogs, redes sociales, páginas web y correo electrónico...pero debes hacerlo en forma íntegra y sin alterar ni su forma ni su contenido.*

[maquiaveloyfreud.com](http://maquiaveloyfreud.com)

# Narrativa política que rompe las fronteras

La guerrilla de los tupamaros uruguayos tuvo una gran repercusión mediática internacional en los años 60 y 70 del siglo pasado. Uno de sus protagonistas, José Mujica, vuelve a tener similar repercusión varias décadas después al asumir la Presidencia del pequeño país sudamericano.

En las páginas que siguen recorro sintéticamente el último medio siglo de la política uruguaya. Ese medio siglo uruguayo cuyo comienzo podemos representarlo con una imagen de una ametralladora en manos de José Mujica, y cuyo final podemos visualizarlo con una imagen de la banda presidencial sobre el pecho del mismo Mujica.

Mi recorrido no es para contar esa historia ni mucho menos para juzgarla, sino para intentar comprenderla y explicarla. Y para desentrañar de ella algunas lecciones importantes en materia de campañas políticas.

Lecciones que puedan ser útiles a candidatos y partidos de cualquier parte del mundo.

Para todo político es vital entender cómo y por qué ganan los que ganan.

No para copiarlo.

No para trasladar sus recetas de un modo mecánico.

Sino simplemente para aprender, para enriquecer su visión de la política y tal vez para adquirir algunas nuevas destrezas en el difícil arte-ciencia de las campañas políticas.

Y una de las primeras cosas a entender es que se gana contando una historia.

O varias historias.

Lo explico analizando el triunfo de Mujica pero es de validez general.

Acá llegamos, justamente, a la otra cara de la moneda: el partido derrotado. Y también hay que aprender de ello, saber cómo y por qué una fuerza política pierde una elección.

Es una experiencia dolorosa para quien la vive, claro, pero enormemente instructiva para quien aprende de ella.

Los triunfos y las derrotas son policausales.

Nunca hay una causa única sino una interacción entre varias causas de diverso orden. Pero una de ellas es decisiva: comunicarse con el público equivocado.

O sea: dirigir el mensaje a un público que no existe, o que es minoritario o con el cual jamás se va a contar. Algo de eso explico que ocurrió con el derrotado Partido Nacional a quien venció Mujica.

¿Cuántos partidos políticos estarán perdiendo elecciones por errores similares en la construcción de su público?

Me consta que muchos. Pero muchos.

El viaje de Mujica de la guerrilla a la Presidencia es una de las historias políticas más instructivas que he conocido.

Por eso mi interés en desentrañar sus claves y explicarlas de un modo simple y fácil de entender.

Veamos esa historia, pues.

# Las 4 historias que contó Mujica para ser Presidente de Uruguay

Pepe Mujica, el veterano ex guerrillero tupamaro, ganó las elecciones presidenciales de 2009 en el pacífico Uruguay.

Su campaña electoral contó 4 historias entrelazadas que afirmaron su triunfo: la historia de un hombre, la historia de un partido, la historia de un gobierno y la historia de una sociedad.

La narrativa fue construída en base a televisión, radio, internet y gráfica...y conectó potentemente tanto con las emociones del electorado como con los mitos fundacionales del Uruguay.

Los propios adversarios de Mujica contribuyeron con sus errores a la construcción narrativa ganadora.

El estudio del caso Mujica es ilustrativo acerca de las enormes potencialidades electorales del storytelling y su fuerza para conectarse con la psicología política de los electores.

Este estudio también revela cómo algunas campañas negativas que pretenden desacreditar la narrativa ganadora se terminan convirtiendo inconscientemente en cómplices de la misma.

## El comienzo

El Comisario Alejandro Otero hizo detener el vehículo que lo llevaba de regreso a casa luego de otra jornada de trabajo policial.

Miró intrigado aquella imagen pintada sobre un muro de la calle Canelones: una estrella de 5 puntas con una T dibujada en el centro.

-He visto este símbolo en otros lugares. Vamos a investigarlo- resolvió en ese mismo instante.

## La guerrilla urbana

Uruguay, primera mitad de los años 60. Las páginas policiales de los diarios informaban lo que parecía de rutina: asaltos a bancos y otras empresas, algún robo de armas, agitaciones sindicales y estudiantiles que desembocaban en desórdenes...

¿Rutina?

En varios muros de la ciudad comenzaba a aparecer un signo misterioso: la estrella con la T. Una frase, no menos enigmática, saltaba entre muros y papeles: "Ármate y espera". Otra frase estampada en volantes parecía anunciar algo: "Tupamaros no transamos".

Era el comienzo de la guerrilla urbana en Uruguay. Era el Movimiento de Liberación Nacional - Tupamaros (MLN-T) fundado por Raúl Sendic.

## José Alberto Mujica Cordano

En 1964 la Policía montevideana arrestó a un hombre de 30 años que había protagonizado un fallido asalto.

Se dedicaba a cultivar y vender flores, había sido activo militante del Partido Nacional y su futuro inmediato sería tras de rejas.

Ocho meses después el hombre recuperaba la libertad y volvía a sus flores.

Se llamaba José Alberto Mujica Cordano.

Vivía y trabajaba legalmente, como un hombre común que había pagado por su delito. Pero era un militante activo del MLN Tupamaros.

Astuto y carismático, Mujica participaba de las cada vez más frecuentes operaciones militares tupamaras.

Allí estaba, arma en mano, irrumpiendo en un banco o en un local comercial o escapando de la ciudad de Pando luego de haberla copado por algunas horas.

Y luego volvía a cultivar sus flores con esmero.

## Una guerrilla mediática

Los tupamaros se preocupaban casi tanto de la comunicación como de las armas. O más.

Sus operaciones militares mismas eran diseñadas con un estilo casi teatral, como si de mensajes ingeniosos se tratara.

Asaltaban un camión de alimentos y repartían su carga entre los más pobres. Robaban en una empresa vinculada a negocios turbios y divulgaban a la prensa la documentación comprometedor que encontraban.

Simulaban un cortejo fúnebre para llevar de Montevideo a Pando varios vehículos repletos de armas y guerrilleros.

Se escapaban masivamente de la cárcel a través de un túnel.

Construían refugios subterráneos en el campo y escondrijos en las casas de la ciudad.

Se hundían en las cloacas de Montevideo y reaparecían en una zona distante.

Y escribían y explicaban y fundamentaban lo que hacían.

Con una gran preocupación por el lenguaje.

Los robos eran expropiaciones.

Los asesinatos, que comenzaron a fines de los 60, eran ajusticiamientos.

Los tupamaros eran representantes del pueblo y compañeros.

Los lugares donde encerraban a personalidades que secuestraban eran cárceles del pueblo.

Los ataques armados eran acciones.

Tanta preocupación semiótica terminó contagiando al gobierno de la época, el cual prohibió el uso periodístico de la palabra "tupamaros".

Fue así que comenzaron a ser llamados "los innombrables", agregando una nueva cuota de misterio a aquellos muchachos casi invisibles que aparecían de pronto de la nada armados hasta los dientes.

## Los años de plomo

Los bares eran punto clave de los contactos clandestinos de los tupamaros. Y fue en el Bar La Vía, ubicado en Larrañaga y Monte Caseros en Montevideo, que se produjo aquel tiroteo en 1970.

Mujica Cordano ya no cultivaba ni vendía flores. Había pasado a vivir en la clandestinidad desde que la policía lo identificó como tupamaro y requirió su captura en 1969. Ahora era un cuadro político-militar del MLN y sus nombres de guerra eran Facundo, Emiliano o Ulpiano.

Y allí estaba, sitiado por las patrullas policiales en el Bar La Vía. Jamás pudo

---

imaginar, mientras estaba en medio del tiroteo, que alguna vez sería el Presidente de la República.

¿Cómo imaginar que policías como aquellos a los que les disparaba a matar serían 40 años después sus respetuosos custodias?

Inmersos en el ruido de la balacera... ¿cómo iban a imaginar aquellos policías que aquel hombre con el que intercambiaban feroces disparos sería 40 años después el Presidente ante el cual se cuadrarían?

Seguramente nadie imaginaba nada. Lo cierto fue que Mujica cayó acribillado a balazos, aunque salvó su vida de milagro.

## Adiós a las rejas

En marzo de 1985, recién salidos de la cárcel, los tupamaros dieron una conferencia de prensa. La primera conferencia de prensa en sus veinte años de historia.

Parecían todos más o menos iguales: flacos, pelados, desconocidos para el gran público. Mujica estaba allí, mimetizado entre sus compañeros.

En 1972 el MLN-Tupamaros había sido derrotado militarmente por el ejército uruguayo.

Fueron años sangrientos, años de violentos enfrentamientos armados.

Luego comenzó una larga dictadura: parlamento clausurado, elecciones suspendidas, partidos políticos prohibidos, prensa amordazada, reuniones de más de 3 personas también prohibidas, cultura arrasada, tortura en las cárceles, muertes, desapariciones...

Mujica fue uno de los llamados "rehenes", un grupo de dirigentes tupamaros

que serían ejecutados como represalia si se producía un nuevo rebrote violento del MLN.

Y así vivió más de 10 años, como rehén: en extremo aislamiento y en condiciones subhumanas y degradantes.

Así sobrevivió.

Así llegó a aquella conferencia de prensa del 85 donde el MLN anunció su incorporación a la vida democrática.

Muchos preguntaban si los tupamaros seguían considerando la posibilidad de la lucha armada.

Pero Raúl Sendic insistía que se integraban plenamente a la vida política legal "sin cartas en la manga". Aunque algunos de sus compañeros cuentan que en privado agregaba que "por lo menos en la manga derecha...".

## Adiós a las armas

Fue también en marzo, pero de 1995.

Los nuevos legisladores uruguayos, elegidos unos meses antes por un nuevo período de 5 años, llegan al Palacio Legislativo. Bajan de sus vehículos vestidos de traje y corbata.

De pronto aparece un hombre de apariencia modesta, vestido de un modo más bien desprolijo y conduciendo una motoneta.

Un policía le advierte que aquel estacionamiento está reservado para los legisladores, y le pregunta si se va a quedar mucho tiempo allí.

-Cinco años por lo menos- le contesta casi risueño el hombre que se apresta a ingresar al Palacio Legislativo.

El nuevo diputado nacional se llama José Mujica.

Los tupamaros habían emprendido la acción política democrática.

Se habían integrado a la coalición de izquierdas Frente Amplio y habían formado allí un polo de izquierda más radical: el Movimiento de Participación Popular (MPP).

Y habían decidido que su primer candidato al Parlamento sería Mujica, especialmente considerando su experiencia política previa a la guerrilla.

Sin embargo, ocultaban una carta adicional.

Tal vez por temor a lo que pudiera pasar en la democracia recuperada, o tal vez por viejos reflejos conspirativos.

Pero había una carta en la manga izquierda. Una actividad clandestina paralela a la acción legal: asaltos para financiar a la organización política, acumulación de armas, entrenamiento de militantes en Libia, entrenamiento en Uruguay, pasaje a la clandestinidad de los dirigentes en algunas coyunturas políticas especiales, algunos militantes armados permanentemente, y un selecto y cerrado núcleo de cuadros políticos trabajando sobre la perspectiva de lo que llamaban un "horizonte insurreccional".

## Ni vencedores ni vencidos

Es la noche del 28 de noviembre de 2009. La televisión anuncia que el Frente Amplio le ha ganado al Partido Nacional la segunda vuelta de la elección presidencial.

José Alberto Mujica Cordano obtuvo el 52,6 % de los votos y es el nuevo Presidente de la República.

El horizonte insurreccional se había esfumado 15 años atrás, tal vez mientras un sector de la población elegía a un tupamaro como diputado.

Poco tiempo después de salir de la cárcel, Mujica había comprado una chacra en las afueras de Montevideo y había retomado el cultivo y la venta de las flores.

Había sido primero diputado y luego senador, y poco a poco se había convertido en un fenómeno popular novedoso.

Ideas audaces, apariencia desprolija, lenguaje llano, imagen de austeridad y una actitud abiertamente iconoclasta.

Ese era el mix que atraía hipnóticamente a los medios de comunicación y que le hacía crecer cada vez más en la opinión pública.

El Frente Amplio ganó las elecciones de 2004 y el Dr. Tabaré Vázquez se convirtió en el primer Presidente de izquierda de la historia uruguaya.

Y los tupamaros y sus aliados se convirtieron en la fuerza claramente mayoritaria dentro del Frente Amplio.

José Mujica fue Ministro de Ganadería y Agricultura, luego volvió al Senado y finalmente ganó las elecciones internas de la izquierda y fue el nuevo candidato presidencial del Frente Amplio.

"Con Mujica como candidato el Frente pierde".

La frase era repetida tanto entre los políticos opositores como en los propios pasillos del gobierno de Tabaré Vázquez, quien confiaba en su Ministro de Economía Danilo Astori para sucederle.

La frase también se repetía en círculos periodísticos, entre analistas políticos y en no pocas tertulias de amigos.

Pero Mujica ganó.

Y aquella noche de triunfo tenía que salir a dar su primer mensaje ante sus seguidores y ante los medios de comunicación.

Fiel a la liturgia electoral uruguaya, esperó a que su derrotado rival saliera primero.

El candidato del Partido Nacional, el ex Presidente Luis Alberto Lacalle, cumplió con su papel en el ritual.

Reconoció el triunfo de Mujica, aceptó que el mismo había sido logrado en buena ley, felicitó al vencedor y expresó que a partir de ese momento el tupamaro sería "nuestro Presidente, el de todos los uruguayos".

Mujica esperó hasta que finalizara el discurso de Lacalle.

No esperar suponía arruinar ese mensaje del adversario al arrebatarse la atención de todos los medios y por lo tanto de todo el país.

Pero no esperar suponía violar una liturgia indispensable para la identidad uruguaya.

Mujica esperó.

"Ni vencedores ni vencidos", dijo Mujica en el primer tramo de su mensaje. Luego pidió disculpas por algún exceso verbal que pudiera haber tenido en el fragor de la campaña electoral. Y llamó a sus simpatizantes a respetar profundamente la tristeza que sentían quienes habían sido derrotados. Finalizó rogando que no se les hiriera con palabras ni con actos fuera de lugar.

El ritual estaba completo. El círculo se había cerrado.

## ¿Por qué ganó Mujica?

Un círculo que se cierra es un mundo de preguntas que se abre.

¿Cómo pudo un ex guerrillero ganar la Presidencia de un país pacífico y tolerante como Uruguay?

¿Por qué ganó Mujica?

¿Por qué perdió Lacalle?

¿Cómo se explica el resultado electoral desde la psicología política de los uruguayos?

¿Qué papel cumplió la campaña electoral en este resultado?

¿Qué lecciones se pueden derivar de este proceso que sean aplicables a la comunicación política?

Son muchas preguntas.

No todas tienen respuestas.

No todas las respuestas son únicas ni claras ni completas.

Pero vale la pena ensayar esas respuestas porque pueden dar pistas importantes sobre lo que ocurre en las campañas electorales.

Una primera afirmación: Mujica no ganó por su programa de gobierno. Primero porque los programas de gobierno no tuvieron un protagonismo fundamental y excluyente durante la campaña electoral.

Y segundo y principal porque hay una significativa convergencia de los programas de los distintos partidos políticos uruguayos. Como bien lo ha analizado el politólogo Adolfo Garcé, los programas tienden a parecerse cada vez más y ya es difícil encontrar brechas insalvables entre unos y otros.

¿Por qué ganó Mujica, entonces?

A mi modo de ver por la conjunción de 4 factores disímiles pero conectados:

1. Los profundos cambios ocurridos en la sociedad uruguaya en los últimos 25 años.
2. Los sólidos logros de la gestión de gobierno del Frente Amplio en el período 2005-2009.
3. La fuerte identidad partidaria del Frente Amplio como principal organización política del país.
4. El atractivo de la personalidad pública de José Mujica.

## Historia 1: Otra sociedad

Una campaña electoral no ocurre en el vacío, sino que se despliega en un escenario social. Y allí importa delimitar claramente a qué público se dirige cada candidato.

El Uruguay fue, en otros tiempos, una típica sociedad de clase media.

Una sociedad bastante estable y predecible.

Todavía lo era cuando surgieron los tupamaros, pero ya no lo es.

Una parte de aquella clase media se fue desmoronando económicamente, fue cayendo y luego sus hijos siguieron cayendo.

Esta caída silenciosa se hizo abrupta y ruidosa en la crisis del 2002, la más grave crisis económica de la historia del país.

Para muchos fue el tiro de gracia.

Pero además ocurrieron otros factores:

---

1. La educación está fallando desde hace por lo menos 40 años y hace ya mucho tiempo que dejó de ser un catalizador del ascenso social de las familias. En la terminología de Germán Rama, en otra época la educación producía "mutantes" que gracias a ella podían superar el nivel de partida de sus familias. En algún momento el proceso se quebró y el sistema educativo perdió aquella capacidad de producir mutantes.
2. Cientos de miles de uruguayos han emigrado y viven hoy fuera del país. La gran mayoría jóvenes, capacitados y de clase media. Un nuevo quiebre de la sociedad.
3. Miles y miles de familias han abandonado sus lugares de origen para establecerse en la costa, con mayores oportunidades laborales pero con las consiguientes rupturas familiares y sociales. Faltan hijos y nietos en el centro del país, y faltan padres y abuelos en la costa.
4. Las mujeres se han incorporado masivamente al mercado de trabajo, hay menos matrimonios, más divorcios y más uniones libres. Los niños y los jóvenes crecen más solos, y los adultos establecen entre sí vínculos afectivos menos duraderos y más cambiantes. Lo que fue la familia nuclear de comienzos de los 60 (padre y madre casados y conviviendo con sus hijos), por entonces el modelo dominante, es hoy un modelo claramente minoritario.
5. También han cambiado las pautas de conducta, de relacionamiento social, de comunicación y de consumo. Hay una clara tendencia hacia la informalidad, la horizontalidad, la fragmentación, la fugacidad y la brevedad. Cambios en el lenguaje, nuevas formas de religiosidad, sectas, tribus urbanas, redes sociales, Internet...
6. La marginalidad está instalada en sectores importantes de la sociedad, no solo como fenómeno económico sino social y fundamentalmente cultural. Ya hay miles de familias que viven en esa marginalidad y que reproducen en sus hijos las pautas culturales de la misma.

7. Por último, pero no menos importante: 12 años de dictadura (1973-1985) provocaron un hondo trauma en la psicología de los uruguayos. Se quebró el país, se dividieron las familias, se cortó el circuito de la transmisión generacional y se avivaron los más profundos miedos y los más profundos odios.

## Continúa la Historia 1: Cambia, todo cambia

El Frente Amplio (FA) ha sido el partido político uruguayo que más incluyó a esta nueva sociedad en su comunicación.

Tabaré Vázquez ganó las elecciones del año 2004 con un eslogan simple y demoledor: "Cambiemos".

Y el spot final de la campaña televisiva estaba estructurado en base a una canción en la voz de Mercedes Sosa: "Cambia, todo cambia".

Durante estos 5 años el Frente Amplio denomina a su gobierno como "el gobierno del cambio".

Y el eje conceptual de la campaña electoral 2009 fue la opción entre "continuar el cambio" votando a Mujica o retroceder a viejas formas de hacer política.

El mensaje se refiere al cambio político, claro. Pero además es una forma de reflejar en su discurso a esa sociedad que siente y vive en carne propia el constante cambio en su vida.

A esto debe agregarse que el FA ha incluido en su accionar político y en su comunicación respuestas a casi cada uno de los factores de cambio social que señalamos más arriba.

Es como si le estuviera diciendo a cada uruguayo, "hermano, te estoy hablando" (como dice la canción de Jaime Roos).

Mientras tanto el Partido Nacional (PN) le sigue hablando a la vieja sociedad uruguaya como si la misma siguiera existiendo igual a sí misma.

Si se analizan los gestos políticos y los mensajes del PN, tanto en la campaña electoral reciente como desde hace un buen tiempo, se descubre claramente a quién dirige su comunicación.

¿Cómo es el perfil de ese uruguayo con quien se comunica el PN? Básicamente es de clase media y media alta, heterosexual, casado, católico, conservador, formal, respetuoso de la autoridad y de las jerarquías. Es la minoría del país.

Y si un partido le habla a la minoría mientras el otro le habla a la mayoría, entonces parece claro cual de los 2 gana.

## Historia 2: Los logros del gobierno Vázquez

Una campaña electoral, además, no ocurre en un momento aislado del tiempo, no ocurre en un hipotético kilómetro 0.

La campaña se desenvuelve al final de un gobierno.

Y por lo tanto importa mucho si ese gobierno tiene o no tiene logros que exhibir. No importa tanto cuan reales sean esos logros, sino que importa que sean logros percibidos por amplios sectores de la sociedad.

En este sentido el primer gobierno del Frente Amplio tuvo importantes logros.

---

El primero de todos fue, paradójicamente, obra de los partidos opositores.

Durante muchos años hicieron una prédica intensa y permanente sobre las calamidades que ocurrirían con un gobierno de izquierda: fuga de capitales, huída de inversores, caos económico, incapacidad para dirigir el aparato del Estado...

Con ese clima previo, el solo hecho de hacer un gobierno normal, razonable, mínimamente igual a otros gobiernos...eso ya de por sí constituyó un primer logro ante los ojos de la gente.

El segundo logro percibido por los uruguayos fue el progreso económico.

El país creció sostenidamente, la economía funcionó ordenadamente, la crisis financiera internacional pasó casi por el costado, las exportaciones aumentaron, los salarios crecieron, la desocupación bajó...

Y el bolsillo también vota, ¡y cómo!

Ya lo decía aquella lúcida frase del consultor político James Carville en la campaña por la reelección de Bill Clinton: "It's the economy, stupid!".

La oposición no supo pararse adecuadamente frente a la coyuntura económica y se limitó a decir que todo lo bueno era por obra y gracia del viento a favor de la economía mundial.

Muy complicado argumento para confrontar con el otro argumento, el más sólido, el derivado de la experiencia directa de la gente y su bolsillo.

Mujica la hizo fácil: "vamos a continuar la obra del gobierno de Tabaré Vázquez".

Y su eslogan de campaña repicaba: "Un gobierno honrado. Un país de primera".

Mujica, por otra parte, martillaba la idea de que el modelo a seguir era el de países como Nueva Zelanda. Y hablaba de un "capitalismo en serio" y de progreso económico.

Y algunos de sus spots televisivos mostraban que "ahora las cosas están mejorando".

El tercer logro es percibido por los uruguayos como una verdadera revolución. Se conoce como "Plan Ceibal" y consiste en una reformulación educativa a partir de entregar 1 computadora portátil a cada niño que concurre a la escuela pública.

Una computadora por niño, formando parte del paisaje visual y existencial en cada hogar y hasta en las calles y plazas del país.

No será casualidad, pues, que en la publicidad televisiva del FA también aparecieran niños alegres con su inconfundible computadora del Plan Ceibal.

El cuarto logro percibido por los uruguayos tiene que ver con la sensibilidad social y la ayuda a los más débiles: aumento de prestaciones sociales familiares, acceso de miles de personas a los servicios de salud a los que no accedían, salarios de emergencia para quienes estaban en situaciones críticas, mayores aumentos salariales para los sueldos más bajos, mayores posibilidades para los sindicatos...

La oposición, mientras tanto, desperdició el gran tema: la seguridad pública. Ese había sido el gran debe del gobierno del Frente Amplio, pero ningún partido opositor logró transformarlo en tema central de la campaña.

## Historia 3: La identidad partidaria

Una campaña electoral no es solo un juego entre candidatos, sino que los candidatos están en un contexto de partidos políticos y de identidades partidarias más o menos fuertes.

Es simple: el Frente Amplio es el partido más grande de Uruguay.

Cerca del 40 % de los adultos declara su sentimiento de pertenencia a dicha fuerza política.

Y la pertenencia se refuerza cada día con el entusiasmo, con la militancia, con la palabra y muy especialmente con la bandera.

Porque el FA ha logrado que miles y miles de sus simpatizantes, en todos los barrios y en todos los pueblos, levanten su bandera sobre un mástil en sus casas. Coloreando así de rojo, azul y blanco el paisaje visual cotidiano de todos.

Una sociedad con tantas rupturas necesita como el oxígeno vivir con un sentido de pertenencia, vivir formando parte de algo que trascienda la peripecia tantas veces solitaria del individuo.

Y el Frente Amplio le da esa pertenencia, le transmite su historia y le comunica el orgullo de sus símbolos y sus tradiciones.

No es solo ideología. Son emociones. Y fuertes. Es sobre esa ola, también, que Mujica gana las elecciones.

## Historia 4: El Pepe

Ya no es "Mujica Cordano", tal como aparecía en la prensa de comienzos de los 70.

Tampoco es simplemente "Mujica", como era nombrado en su etapa legislativa.

Ahora la gente le llama "el Pepe".

Y la personalidad pública de este hombre es otra pieza clave de su triunfo electoral.

¿Qué ve en Mujica la gente que simpatiza con él?

¿Cómo se conecta con la psicología política de los uruguayos?

Es un fenómeno complejo, como todo aquello a lo que genéricamente denominamos "carisma", pero algunas líneas esenciales seguramente son las siguientes:

- *Mujica espejo*. Un amplio sector social se identifica con Mujica. Ve en él su espejo. No necesariamente en lo anecdótico, en su vestimenta o en su forma de hablar (aunque también hay algo de esto). Pero más bien en su informalidad, en su irreverencia, en sus salidas ocurrentes, en su desacralización de la política y en su posicionamiento horizontal en relación a los otros, a los demás. La gente lo ve y lo siente como próximo, como cercano. Siente que es "uno de nosotros", uno más, un igual, un espejo: "el Pepe".
- *Mujica outsider*. No es realmente un outsider, sino un hombre con una larga trayectoria política. Pero muchos admiran en él cierto encanto de outsider. Cimentado tal vez en su pasado guerrillero, en su presente de constantes salidas de libreto y en sus notorias diferencias con los políticos

"profesionales" (diferencias de vestimenta, de lenguaje, de actitud y hasta de estilo de vida). Para la gran mayoría de la gente Mujica es diferente y único.

- *Mujica entertainment.* Nadie se aburre viendo a Mujica en la televisión o escuchándolo en la radio. Cada aparición tiene mucho de espectáculo, de show, de entretenimiento. Y de humor. Porque el ciudadano que vota también es simplemente público que busca entretenerse en los medios. Y que se divierte y se entretiene con él, y mientras tanto la imagen y la palabra de Mujica va calando lentamente dentro de su cerebro.
- *Mujica historia.* La psicología humana se nutre de historias, de narrativa. Y consumimos vorazmente toda clase de historias: los cuentos infantiles, las tragedias de Shakespeare, el relato del fútbol, la telenovela de las 5, la crónica del diario, la novela de Onetti, la serie de televisión, el último estreno cinematográfico...Y allí está Mujica, portador de una gran historia, portador de una narrativa llena de eventos excepcionales.
- *Mujica real.* En tiempos en que muchos políticos son vistos como "bustos parlantes" con un aire casi irreal, Mujica se presenta como si fuera más real que los demás. Pocos uruguayos conocen el lugar donde viven los dirigentes políticos. Pero todos saben que Mujica vive en una chacra en las afueras de Montevideo. Y todos han visto en televisión imágenes de esa chacra. Pocos uruguayos han visto dirigentes políticos trabajando en algo que no sea la política. Pero todos han visto en televisión a Mujica manejando un tractor en su chacra. Un poderoso efecto de realidad.
- *Mujica auténtico.* La gente valora especialmente lo que considera su autenticidad, su naturalidad. Mujica se ríe, hace pausas al hablar, piensa buscando las palabras, se ríe de sí mismo, se enoja, levanta la voz, mira con gesto pícaro, desafía, sorprende...Lo que el público percibe no es un discurso político, sino una persona hablando espontáneamente. Efecto reforzado por ese Mujica despeinado, de pantalón vaquero y campera, despreocupado por su apariencia. Tan despreocupado que las pocas

veces que se ponga un traje será sin corbata y con una actitud casi burlona de sí mismo. "El Pepe tal cual es" se llama su página web. Eso es lo que percibe la gente: es así, es tal cual es.

- *Mujica austero*. Todos los datos le cierran a sus simpatizantes en torno a un complejo de ideas vinculadas a la austeridad, la honradez, los sacrificios y la modestia. Primero por su origen humilde, luego por las duras condiciones de vida de la clandestinidad, después por los años de feroz encierro en un pequeño calabozo, ya en democracia por el vehículo en el que va al Parlamento, finalmente por la ubicación y las características de su vivienda. Y mucha gente considera que no es fácil ver austeridad entre los políticos. Por eso la primera parte de su eslogan de campaña: "Un gobierno honrado...".

## De guerrillero a Presidente: 4 narrativas

Una campaña electoral es una cuádruple narrativa: una historia sobre pasado, presente y futuro de la sociedad de que se trata, una historia sobre un gobierno, una historia sobre un partido político, y una historia sobre un candidato.

4 relatos entrelazados y articulados entre sí.

4 relatos contados en carteles callejeros, en spots televisivos y cuñas radiales de 30 segundos, en folletería, en fotografías, en eslóganes, en declaraciones de prensa, en actos públicos y en Internet.

4 relatos donde la columna vertebral es el poder de síntesis y el rumbo único.

4 relatos comunicados en un tiempo breve, pero necesariamente interrelacionados con todo lo comunicado a lo largo de los años anteriores.

Llegado el momento de la elección presidencial uruguaya de 2009, el Frente

---

Amplio supo comunicar esos 4 relatos: el de la sociedad uruguaya y sus cambios, el del gobierno de Tabaré Vázquez, el del FA mismo como partido y el de José Alberto Mujica Cordano como candidato.

Su principal rival, el Partido Nacional, fracasó en el intento.

Ahora la famosa chacra de Mujica tiene custodia policial. Hacia allí van peregrinando periodistas, dirigentes políticos y también gente común. El guerrillero es ahora el Presidente.

Mientras tanto Mujica, el mismo, continúa cultivando flores.

# El legado de Mujica

La historia continúa, claro.

El 1 de marzo de 2015 asume Tabaré Vázquez como Presidente de Uruguay. Le entrega la banda presidencial su antecesor en el cargo, José Mujica.

Además del cargo, Vázquez asume un legado. Lo más importante de ese legado es, curiosamente, el propio Mujica.

Será un escenario pleno de desafíos: un país, un partido político hegemónico, dos liderazgos nacionales en el mismo partido y dos estilos personales y políticos bien definidos y bien diferentes.

## Tabaré Vázquez: la verticalidad de un Presidente

Vertical. Ordenado. Jerárquico. Secuencial. Reflexivo. Metódico. Firme. Paciente.

Así es el liderazgo de Tabaré Vázquez.

Este médico oncólogo de hablar claro y amable fue Intendente de Montevideo, la capital de Uruguay, entre 1990 y 1994.

Por entonces formaba parte del Partido Socialista, integrante de la coalición de izquierdas Frente Amplio.

El Frente Amplio había sido constituido en 1971 y agrupaba comunistas, socialistas, demócrata-cristianos, independientes de izquierda y escindidos de los tradicionales partidos Nacional y Colorado.

Entre 1973 y 1985 una dictadura militar prohibió, reprimió, persiguió y castigó violentamente a esa fuerza política, pero finalizada la dictadura el Frente Amplio seguía en pie y en poco tiempo conquistaba por primera vez el gobierno de Montevideo.

Tabaré Vázquez, sin mayor actividad política previa, fue factor clave para aquel triunfo municipal.

Con él la izquierda logró 2 avances extraordinarios: carisma y experiencia.

En 1994 Tabaré Vázquez fue candidato presidencial del Frente Amplio.

Su muy bien valorada experiencia de gobierno y el carisma de su personalidad ayudaron decisivamente a que por primera vez en la historia el país político se dividiera en tercios entre el Partido Colorado (ganador de aquella elección y fuerza hegemónica durante todo el siglo 20), el Partido Nacional y el Frente Amplio.

En 1999 el Frente Amplio, siempre con Vázquez como candidato presidencial, ya era la mayor fuerza política del país a pesar de ser derrotado en la segunda vuelta presidencial.

Finalmente el Frente Amplio ganó las elecciones de 2004 y Tabaré Vázquez fue el Presidente de Uruguay entre 2005 y 2010.

El primer Presidente de izquierdas en la historia uruguaya culminó su mandato con inéditos índices de aprobación popular a su gestión.

Algunas de sus iniciativas más perdurables fueron el combate frontal contra el tabaco y el programa de una computadora por niño.

El contexto de esas iniciativas fue la estabilidad económica e institucional, la fuerza de las políticas sociales y el crecimiento económico.

Al mismo tiempo continuaban su declive la seguridad pública y la educación, áreas de buen desempeño en términos latinoamericanos pero de creciente insatisfacción en base a los estándares de calidad de vida de Uruguay.

## José Mujica: la horizontalidad de un Presidente

Horizontal. Impulsivo. Contradictorio. Emocional. Apasionado. Discutidor. Impaciente.

Así es el liderazgo de Mujica.

En 2010 José Mujica recibió la banda presidencial de manos de Tabaré Vázquez. Había ganado las elecciones de 2009 y era portador de una larga historia política.

En 1958 la larga hegemonía del Partido Colorado fue quebrada por primera vez en el siglo 20 por su eterno adversario, el Partido Nacional.

Allí estaba el joven José Mujica. En la militancia, en la campaña electoral y luego en el gobierno de 'los blancos' (como se denominan en Uruguay los simpatizantes del Partido Nacional).

Luego vino la decepción de muchos de aquellos jóvenes blancos que abandonaron el Partido Nacional pero mantuvieron sus tradiciones rebeldes, su nacionalismo y su mística revolucionaria derivada de las épicas revoluciones armadas que protagonizaran los blancos a fines del siglo 19 y principios del 20.

Esos jóvenes confluyeron con otros muchos que venían de grupos católicos de base, de la izquierda radical, de varios pequeños grupos de origen marxista, y de desprendimientos socialistas y comunistas.

Surgía la lucha armada, la guerrilla.

Surgía el Movimiento de Liberación Nacional (MLN-Tupamaros), la mítica guerrilla urbana uruguaya.

Allí estaba Mujica.

Durante una década entera José Mujica hizo vida de guerrillero. Entrando a un banco pistola en mano, secuestrando a una figura pública, enfrentado a balazos primero con la policía y luego con el ejército, salvando su vida de milagro luego de ser acribillado, ocultándose en montes de tupida vegetación o en sótanos o en zulos en el campo o en casas de compañeros, circulando, escapando, atacando, moviéndose, cambiando de nombre, pistola al cinto o fusil al hombro, evadiendo patrullas, encarcelado, escapando de la cárcel por un túnel...

Mujica ya estaba encarcelado cuando en 1973 comenzó la dictadura militar. Y fue liberado al retornar la democracia en 1985. Durante más de una década había sido torturado sistemáticamente y mantenido detenido en condiciones inhumanas.

En 1989, el año que Tabaré Vázquez gana la Intendencia de Montevideo, el MLN-Tupamaros ingresa al Frente Amplio.

Muchos de sus cuadros políticos y militares todavía consideraban una segunda época de irrupción armada. Pero poco a poco la organización fue derivando hacia la vía política pacífica representada por el Frente Amplio.

Allí estaba Mujica, procesando esa contradicción.

José Mujica acompañó el ascenso electoral de la izquierda.

Primero como dirigente, luego como Diputado y finalmente como Ministro del gobierno de Tabaré Vázquez.

El foco guerrillero quedaba en el pasado.

El presente era la gramsciana acumulación de fuerzas.

Al finalizar la presidencia de Vázquez hacía ya un buen tiempo que Mujica era una de las figuras más carismáticas del país.

En la serena y sólida institucionalidad uruguaya, el ex guerrillero José Mujica fue electo Presidente en el año 2009.

Su gobierno continuó por el camino de la estabilidad política, el crecimiento económico y las políticas sociales que se fueron profundizando.

También continuaron las dificultades en materia de seguridad pública y de educación.

Pero su saldo final en la opinión pública fue ampliamente favorable.

## Mujica como legado de Mujica

La institucionalidad uruguaya no permite la reelección del Presidente en funciones.

Por eso Tabaré Vázquez no volvió a ser candidato al final de su mandato sino 5 años después, en 2014. Y ganó por muy amplio margen.

Y José Mujica encabezó la lista al Senado más poderosa.

El Presidente Vázquez recibió un gran legado de Mujica.

Y la pieza clave de ese legado es el propio Mujica, ahora la principal cabeza parlamentaria del Frente Amplio.

El escenario es distinto al de la primera Presidencia de Vázquez: ahora tiene en Mujica a un interlocutor con ideas propias, con gran peso político, con prestigio nacional e internacional.

La relación Vázquez-Mujica tiene a favor la defensa del proyecto común del Frente Amplio, el cierre de filas ante ataques opositores, la vasta zona de coincidencias entre ambos y la inteligencia negociadora que ambos pueden poner en juego.

Pero esa misma relación tiene en contra una también amplia zona de divergencias. Zona que puede ser potenciada por 2 estilos políticos diferentes y por 2 personalidades muy marcadamente diferentes.

El legado de Mujica es Mujica.

Allí está, tal vez sonriendo socarronamente.

Viendo a ese Presidente de su misma fuerza política. Ese Presidente tan formal para hablar, para vestir, para actuar.

Mujica sabe que ha plantado un virus en el sistema.

El virus de la informalidad, de la autenticidad, de las emociones.

El virus de la horizontalidad y la transgresión.

El Presidente Vázquez también lo sabe.

## ¿Qué legado le deja Mujica a tus campañas políticas?

Sí, a tus propias campañas políticas.

Porque esa es la idea de este libro: que estudiando las campañas políticas de Mujica puedas extraer lecciones a aplicar en tu propia vida política.

Vuelve a leer este libro.

Ya sabes: es breve y se lee fácil.

Pero te sugiero que ahora lo leas en otras condiciones.

Sin la curiosidad por lo que vendrá después.  
Olvidando las ideas del protagonista.  
Olvidando sus anécdotas y sus detalles personales.  
Olvidando de qué país se trata.  
Mirando más allá.

Mirando estrategias y tácticas.  
Pensando qué historias deberás contar tú en tus campañas políticas.  
Y a quiénes se las vas a contar.  
Y de qué manera.  
Y cómo las vas a desplegar a lo largo del tiempo.

Porque si algo enseña esta peripecia política es que debes prepararte la vida entera para lograr tener éxito de un día para el otro.  
La vida entera.  
Una vida para contar.  
Para que sea el factor clave de la narrativa del triunfo.

# **Cómo Ganar Votos y Construir Poder Político.**

**¿Estás listo para avanzar mucho más lejos en política?  
Maquiavelo&Freud Premium es la herramienta más completa...**

**Click Aquí para Informarte**

**El libro que acabas de leer cubre aspectos básicos necesarios para todo aquel que trabaja en política...pero solo es el comienzo.**

**Si quieres ir mucho más allá, entonces tendrás que profundizar.**

**Maquiavelo&Freud Premium es un sistema que te enseña cómo funciona el cerebro del votante y que te explica paso a paso cómo construir tu campaña electoral a partir de esa comprensión.**

**Los 2 pilares sobre los que se asienta el sistema son el conocimiento científico aportado por la psicología política y otras ciencias sociales y la experiencia práctica de centenares de campañas electorales.**

**Son 300 páginas de texto y 3 horas de audio que serán tu guía estratégica para lograr tus metas en el mundo de la política.**

**Click Aquí para Descubrir los Beneficios que te da Maquiavelo&Freud Premium**