

DISCURSO VIVIDO

Apuntes sobre la comunicación
política de José Mujica

Por Julia Barceló





*Análisis del discurso de José Mujica hacia las elecciones nacionales del 2004*¹ es una reflexión sobre la comunicación política de José Mujica, líder del Movimiento de Participación Popular (MPP). De acuerdo con este análisis, el éxito de la comunicación política de Mujica se explica no solo considerando el hábil empleo de una batería de recursos discursivos, sino también de elementos “extradiscursivos” vinculados a su biografía, que reafirman y otorgan credibilidad a lo dicho a través de las palabras.

Las elecciones internas y nacionales del año 2004 consolidaron al Movimiento de Participación Popular (MPP) como el sector mayoritario de la coalición de izquierda, el Encuentro Progresista - Frente Amplio - Nueva Mayoría (FA). El éxito electoral que el MPP obtuvo en las elecciones nacionales² resultó decisivo para el triunfo de un candidato de los partidos de izquierda por primera vez en la historia del país, y ubicó al sector como la fuerza con mayor representación parlamentaria en el gobierno de los siguientes cinco años.

Analistas políticos y periodistas explicaron el éxito electoral del MPP fundamentalmente en base al elevado índice de popularidad de su líder, José Mujica,³ y a sus modos particulares de dirigirse hacia los medios de comunicación y el electorado. De hecho, durante el período de campaña, Mujica obtuvo una elevada presencia en los medios. Las mediciones disponibles indican que su presencia en programas periodísticos de televisión abierta coincidió con un aumento del número de televidentes o rating.⁴ Más aún, durante la campaña hacia las elecciones nacionales, los dichos y acciones de Mujica incidieron en el desplazamiento de la agenda mediática de los asuntos planteados por los candidatos presidenciables hacia otros temas.

En base a lo expuesto, la memoria de grado *Análisis del discurso de José Mujica hacia las elecciones nacionales del 2004* es una reflexión acerca de cuáles fueron las claves del éxito mediático y electoral de José Mujica. Para este análisis se establece como

1:: Julia Barceló, *Análisis del discurso de José Mujica hacia las elecciones nacionales de 2004*, Memoria de grado, tutores: Luis Eduardo González y Mónica Arzuaga, Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, 2006.

2:: El MPP obtuvo un 29,3 por ciento de los votos frenteamplistas, lo que corresponde a un 14,7 % del total de los votos emitidos. Con ello superó el total de votos obtenidos por el Partido Colorado.

3:: De acuerdo con el índice de popularidad de los dirigentes frenteamplistas difundido por Equipos Mori el 28 de julio de 2004, el candidato a la presidencia por el FA, Tabaré Vázquez, tenía 47 puntos porcentuales de simpatías, seguido por José Mujica con 42. www.equipos.com.uy.

4:: Las mediciones de IBOPE Media Uruguay indican que la presencia de Mujica en el programa *Hoy por hoy* de TVEO, el 21 de mayo de 2004, marcó 5,5 puntos. El rating promedio del programa en

Fotos: Pablo Porciúncula



premisa que los medios de comunicación juegan un papel fundamental, ya que establecen la prominencia de los temas de la agenda pública. También se asume que si Mujica resulta atractivo para los medios, es porque sus dichos o acciones configuran sucesos que cumplen con alguno de los criterios de la noticia (novedad, proximidad, originalidad, polémica e interés público).

Para profundizar en este último aspecto, el trabajo expone, desde la teoría de los actos de habla, un análisis de los discursos emitidos por Mujica y por otros actores desde el año 2002 hasta noviembre de 2004, con especial foco en la campaña hacia las elecciones nacionales. Los discursos seleccionados corresponden a noticias relativas a José Mujica, bajo el supuesto de que los artículos noticiosos publicados en prensa escrita tienen claves para explicar el éxito de su comunicación política.⁵

¿Dónde radica el éxito de su comunicación política y mediática? ¿En la forma del mensaje es decir, las características que asume al ser transmitido-, o también en la elección de contenidos que sean relevantes, entendibles y de interés para la opinión pública? Éstas son algunas de las preguntas centrales

de la memoria, cuya hipótesis central plantea que los temas que Mujica aborda, así como la posición que asume frente a los mismos, son componentes clave para explicar el éxito de su comunicación política.

Del análisis de los textos noticiosos se desprende que, en efecto, es posible identificar aspectos relativos al discurso de Mujica que pueden resultar significativos para explicar el éxito de su comunicación política. Se verifica que algunas características que asumen sus contenidos, como el interés y afectación de los temas abordados, pueden ser aspectos importantes en este sentido. Así, el trabajo detalla quince rasgos generales de la comunicación política de Mujica que se expresan claramente en un plano discursivo. Algunas de las características identificadas son las que siguen.

Amplitud. Mujica logró construir un discurso políticamente amplio, en el sentido de que reconoce y explicita que su pensamiento incorpora aportes colorados y blancos, entre otros. Así, a partir de distintas vertientes, parece haber logrado una síntesis original que no lo identifica plenamente con la fuerza a la que pertenece. Es probable que esta amplitud le permita, en mayor medida que a otros políticos, captar adhesiones de distinto origen.

5.:

Las unidades de análisis fueron notas de la prensa escrita, publicadas durante el período 2002- 2004, difundidas en el diario *El Observador* y en el semanario *Brecha*. Para el análisis de los discursos de Mujica durante la campaña hacia las elecciones nacionales se consideraron también notas periodísticas del *Semanario Búsqueda* y del informativo *Subrayado*, de Canal 10.



Pragmatismo. En general, su discurso es pragmático: hace foco en las consecuencias prácticas del pensamiento. Sitúa objetivos para el corto o mediano plazo, si bien también define metas de largo alcance. A partir de esto, el electorado puede interpretar que Mujica posee una capacidad programática, pero que aparece traducida en acciones concretas.

Practicidad. Mujica también se presenta como práctico, en el sentido de que tiene en cuenta factores condicionantes de la realidad (por ejemplo, la economía de mercado) y aparentemente persigue un fin útil, que produciría provecho material inmediato (dar bienestar a los ciudadanos). La practicidad, así como el pragmatismo, pueden ser considerados por el elector como factores que hacen viables sus propuestas.

Transparencia. Como señala la consultora Cifra, Mujica es una persona que expresa sus pensamientos sin calcular aparentemente los réditos políticos.⁶ Esto lo diferenciaría del político tradicional, quien podríamos estimar que es alguien que, en el intento de causar una impresión positiva en el electorado, ejerce un control particular sobre sus formas de dirigirse a la opinión pública. Este aspecto de Mujica puede ser

valorado positivamente por el elector, quien puede interpretar que es sincero y por tanto es alguien en quien puede depositar su confianza. Este punto tiene fuerza también a nivel mediático: la transparencia, entendida como “decir lo que se piensa”, puede aparecer asociada a la generación de controversia. Esto suele ser buscado por los medios, como un modo de atraer y mantener la atención de la audiencia.

Adopción de una óptica novedosa. Mantiene una utopía socialista (reconoce tener una visión a largo plazo socialista y que se debe luchar por una “liberación nacional”), pero no pretende alcanzarla a través de cambios radicales. La moderación de su discurso se basa en gran medida en que Mujica parte de que existe una economía de mercado, admite la existencia del capitalismo y la necesidad de trabajar sobre él. Esta óptica plantearía una síntesis relativamente novedosa en el discurso de izquierda de Uruguay; en este sentido, puede tener fuerza a nivel mediático. Además, el corrimiento al centro del discurso puede otorgarle más chances de captar un número mayor de votantes.

Personalización y emotividad. Expresa sus emociones y apela a las emociones de los electores a través de su

6:: Información de consultora Cifra www.cifra.com.uy difundida el viernes 23 de abril de 2004 en Telemundo 12.



discurso. No adopta una posición lejana al receptor, dada por ostentar una posición de poder. Desde la óptica del elector, la percepción de una cercanía con el político algo que aparece como un factor más emocional que racional- puede ser importante para la generación de un vínculo de confianza.

Orientación al receptor. Da contundentes señales simbólicas de que su preocupación primera es el bien de los ciudadanos. Por ejemplo, explicita que el primer objetivo que persiguen las medidas de gobierno que propone es mejorar la situación de aquellos. En segundo lugar, formula mensajes en que plantea que para él la actividad política es más una obligación que una opción personal, fruto de la responsabilidad sentida hacia la gente. Por ejemplo, al autodefinirse como “prisionero del cariño de la gente, no del voto” da una señal simbólica de que su preocupación primera son las personas. También es un signo de desinterés del político, que sugiere que antepone el bienestar de los ciudadanos al suyo personal.

Transmisión de un proyecto país. Sostiene y transmite una visión del país. Esto incluye ciertos objetivos y una estrategia para alcanzarlos. El proyecto podría resumirse en brindar bienestar a los

ciudadanos, con énfasis en los sectores más desfavorecidos, a través de una dinamización del mercado interno y una apuesta a la agro exportación. La visión que Mujica transmite del país se enmarca en un relato suyo sobre el mundo en que vivimos y el lugar que el hombre debe ocupar.

Claridad. El discurso de Mujica es “abarcativo” en el sentido de que puede ser comprendido y asimilado por sectores amplios de la sociedad. Esto se basa en el empleo de un lenguaje coloquial, en ocasiones códigos propios del lenguaje popular, así como en la formulación clara, concisa y directa del mensaje. Esto resulta en un discurso fácil de comprender. La percepción del elector de que existe un proyecto claro y comprensible detrás del político puede ser un factor relevante al momento de optar por un candidato o por un sector. Los conceptos expresados en frases sintéticas y categóricas resultan también adecuados para que los medios los transmitan a la opinión pública sin mayor distorsión, dada la tendencia de éstos a reducir la información por falta de espacio y a buscar expresiones concretas y breves.

Además de estos aspectos, que se desprenden del análisis del discurso y de los actos de habla de Mujica,

José *Pepe* Mujica es el actual ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay, cargo que ocupa desde el año 2005. Nacido en 1934, Mujica participó a finales de los sesenta y comienzos de los setenta de las acciones de guerrilla urbana desarrolladas por el Movimiento de Liberación Nacional (MLN). Con el advenimiento del Golpe de Estado de 1973, Mujica fue encarcelado en condiciones especialmente duras. Permaneció en tal situación hasta 1985, año en que fue liberado con la restauración democrática. Su actividad en el Parlamento se inició en 1995, al ser electo diputado en representación del MPP, organización creada en 1989 a iniciativa del MLN. En 1999 fue electo senador y continuó ejerciendo tal cargo hasta el año 2005. El resultado de las elecciones nacionales de 2004 lo ubicó como el líder del sector más votado de la coalición de izquierda.

7:: El sociólogo Irving Goffman sostiene que el individuo desempeña papeles en su vida cotidiana. Según este autor, el sujeto realiza una puesta en escena, de acuerdo con una situación determinada, y procura mostrarse ante los demás según lo que cree que esperan de él, en relación a su rol y a su estatus. (Irving Goffman, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997).
8:: *Últimas Noticias*, 27 de octubre de 2004, p. 6.

el presente trabajo incorpora otras consideraciones sobre el personaje, como son su historia, su estilo de vida, su trayectoria o competencia política. Si bien estos aspectos no corresponden claramente a un plano discursivo, son probablemente conocidos por la opinión pública y pueden pesar al momento en que el elector construye una valoración del personaje.

Como resultado global, se estima que Mujica estaría posicionado como un político distinto al común, o “auténtico”, en el sentido de que no efectuaría la “puesta en escena”⁷ que socialmente se espera de un político o que la mayoría de ellos cree que se espera. Este aspecto es relevante, si se considera que el político es alguien que tiene especiales motivos para ejercer un control sobre su persona y su presentación pública. Su rol social y estatus, así como su necesidad de causar una impresión positiva en el electorado, condicionan desde la forma de vestir hasta los modos de dirigirse a la opinión pública.

Mujica se distanciaría así de la imagen socialmente compartida del político tradicional y de las formas tradicionales de hacer política. En este sentido, la adhesión de una parte significativa del electorado a Mujica puede interpretarse como una aceptación de la gente hacia nuevas formas de hacer política, o bien, como señala Pablo Da Silveira, como el “rechazo de mucha gente a las formas tradicionales de hacer política”⁸.

Lo distinto genera interés y esto puede contribuir a explicar parte de la atención de los medios y la opinión pública puesta en Mujica. También los factores que lo diferencian de los demás políticos podrían ser atractivos para el electorado joven, en la medida en que Mujica aparecería en cierto modo como un trasgresor, como alguien que implícitamente cuestiona el status quo político. Por otro lado, su pasado y su discurso_ en el sentido de que alude a una

visión socialista- pueden acercarlo en mayor medida al electorado frentista. Sin embargo, su discurso incorpora también ópticas que no se identifican plenamente con los contenidos tradicionales del FA.

El análisis de aspectos discursivos y la identificación de aspectos extra discursivos conducen a la conclusión de este trabajo: el éxito de la comunicación política de Mujica solo se puede explicar incorporando un conjunto de factores, de los que los relativos al discurso son algunos. Esta afirmación se sustenta en la siguiente consideración: varios aspectos relacionados con la biografía del individuo, que incluso pueden trascender su actividad política, parecen ser componentes clave para reafirmar y otorgar credibilidad a lo dicho a través de las palabras.

En el caso de Mujica, en gran medida el discurso resulta correlativo con sus acciones y decisiones personales, por lo que lograría transmitir que es alguien que cree en lo que dice. Por ejemplo, podríamos pensar que el modo de vida expresa su convicción personal hacia aquello por lo que aboga. Así, el discurso de Mujica aparece como discurso vivido: la vida del personaje da fe de sus palabras y esto contribuye a otorgarle una importante credibilidad, en principio superior que la del político tradicional de clase media.

En suma, puede observarse que Mujica realiza un hábil empleo de una batería de recursos discursivos, con lo que sus mensajes contribuyen a diferenciarlo del resto de los políticos y tienden a encontrar eco en los medios de comunicación. Sin embargo, explicar el éxito de la comunicación política de Mujica solo en función de cómo transmite sus mensajes es insuficiente. Es necesario considerar la persona y la historia de su vida, que funcionan como el testimonio más contundente de las palabras. ■■