

**Matías Ponce**  
**Pepe es el mensaje, Mujica la estrategia**  
Buenos Aires, Biblos, 114 pp. ISBN 978-987-691-625-7

Matías Ponce es profesor e investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay. El libro examina la estrategia de comunicación política del expresidente uruguayo José “Pepe” Mujica, el estilo de comunicación del líder, y se diferencia de otras obras en circulación que son, en su gran mayoría, biográficas.

El trabajo de campo del autor aporta información novedosa a partir de entrevistas que hace a personas allegadas a él, académicos en ciencia política y especialistas que lo estudian cotidianamente. Ponce describe su estrategia comunicacional no solo a partir de estas valiosas entrevistas, sino que también indaga acerca de la relación fluida que Mujica cultivó con los medios de comunicación, ofreciéndole al lector una descripción detallada del sistema mediático uruguayo. Este libro resulta indispensable para comprender la complejidad detrás del arte de comunicar de Mujica: el personaje y el político.

La obra se estructura en seis capítulos, una introducción y una conclusión. El primer capítulo introduce el marco teórico desde el cual es abordada la comunicación política de Mujica a partir de los conceptos de Dominique Wolton y Brian McNair. Luego, describe cómo los medios contribuyeron a forjar la imagen del expresidente, cómo elaboró su liderazgo y cómo se dio la construcción mediática del personaje de “Pepe”.

El capítulo 2 caracteriza al personaje político en tanto uruguayo cercano, espontáneo y sencillo: su imagen, su vínculo con los medios, sus discursos abarcadores y atrapantes,

su identificación con las mayorías, su apelación a las emociones, y, finalmente, su diferenciación de los demás dirigentes políticos. Además, se considera su pasado guerrillero; es decir, cómo debió Mujica cambiar su imagen en relación con su pasado dentro del país y cómo se idealizó esta imagen de viejo revolucionario fuera del país. El autor describe cómo crea un personaje que es espontáneo y directo, usa un lenguaje llano, apela al sentido común, representa múltiples sensibilidades políticas y cómo, según Ponce, es un demócrata convencido.

El capítulo 3 describe la comunicación de un hombre moderno posicionado en una sociedad posmoderna. El autor concluye que el mandatario tiene valores que corresponden a los paradigmas de la modernidad, tales como la austeridad, la solidaridad, el compromiso y una apelación a los “grandes relatos”, y resalta las contradicciones que existen dentro de la “estrategia de la no estrategia” de Mujica. Hace hincapié sobre la descripción que hace uno de sus entrevistados, Jaime Yaffé, de esta estrategia de comunicación basada en la austeridad que describe como “construcción política”. Ponce confirma que los conocidos de la juventud de Mujica también atestiguan que su austeridad constituye una estrategia política, mientras que, por el contrario, las declaraciones de Mujica y de su esposa manifiestan que no se trata de “una pose”.

El capítulo 4 ofrece un análisis completo del sistema de medios que el expresidente usó para hacer llegar sus mensajes a la ciudadanía nacional e internacional, describe los

medios de lucha de Mujica, destaca sus múltiples apariciones mediáticas e indaga sobre por qué su ausencia protocolar fascinó a sus espectadores. El autor explica que el expresidente entendió el proceso de la construcción de la noticia, tuvo una relación directa con periodistas, fijó la agenda noticiosa, participó de audiciones radiales, tuvo un enfoque humanitario y habló en “lenguaje ciudadano”. Asimismo, explora por qué la televisión extranjera se fascinó por su estilo de vida.

El capítulo 5 describe la cualidad viral de la comunicación política de Mujica por ser real, directa, humana e inolvidable. Una de las claves de la rapidez con la que se difunde la información vinculada a Pepe es el hecho de que habla sobre su propia experiencia –lo que resalta su humanidad– y se adapta al formato breve y directo del discurso mediático. El capítulo comienza con una cita del exmandatario en la que resalta que la comunicación es emoción; dice: “si no es emotiva, no llega a nadie”.

En el capítulo 6, el autor repasa los hallazgos de su investigación y brinda una síntesis de la comunicación de Mujica en nueve puntos: 1) ofrece una desacralización del poder; 2) tiene cercanía con la gente común y es del pueblo como ellos; 3) tiene la capacidad de adaptarse y tiene empatía; 4) desarrolla legitimidad a partir del diálogo con su colectivo de adhesión; 5) alcanza a las mayorías, es pragmático y practica la negociación permanente; 6) es un negocio para los medios; 7) es un ícono y un político *pop*; 8) se diferencia

de los demás mediante su originalidad; y, 9) tiene una estrategia y no la cuenta.

Matías Ponce propone una mirada ecléctica sobre las diversas aristas de la comunicación del expresidente y describe cómo se despliega su estrategia comunicativa en la esfera de la política mediatizada en Uruguay. De fácil lectura, esta obra se enriquece de los testimonios de los actores del escenario político mediático entrevistados tales como Lucia Topolansky, Diego Cánepa, Francisco Vernazza, Adolfo Garcé, Jaime Yaffé, Marcelo Estefanell y Gustavo de Armas.

El autor debió haber sopesado los argumentos y declaraciones de los entrevistados con un espíritu más crítico y analítico. Más aun, pudo haber profundizado en el análisis de los orígenes sociopolíticos que dieron lugar a esta forma peculiar de comunicar, inspirada en valores rurales, tupamaros, socialistas, anarquistas y, otros que claramente conforman la cosmovisión de Mujica.

Cabría preguntarse: ¿qué opinan los “doctores” colorados o blancos sobre la estrategia de comunicación política de Mujica? Para ellos, ¿tiene Mujica una estrategia o concuerdan con él de que “no tiene libreto”? Este libro se alinea con lo que dice Mujica acerca de su propia comunicación y lo que dicen aquellas personas que destacan su comunicación política como una fórmula exitosa. Pero ¿cómo circularon realmente las ideas de Mujica en la sociedad uruguaya? ¿Cuáles fueron los conflictos que suscitaron?

**Monique Marie Vaughan Moppett**

monique\_202@yahoo.com

Facultad de Comunicación, Universidad Austral.