

Julián Kanarek: “La nueva esfera pública es de mensajes cortos y acciones pragmáticas”. Entrevista al comunicador político uruguayo, productor de la cinta *Last Hero* (Último Héroe)

Julián Kanarek: “The new public sphere is about short messages and pragmatic actions”. Interview with the Uruguayan political communicator, producer of the film *Last Hero*

Recibido: 18 de junio de 2017

Aceptado: 15 de julio de 2017

MSc. Lourdes Stusser Iglesias *

Era enero de 1984 y Uruguay quedaba muy lejos. Los padres de Julián Kanarek vivían el exilio en Bruselas, Bélgica, el día que él nació. Luego de cinco años de prisión en dictadura, su padre, y luego su madre, habían abandonado Uruguay y se habían instalado en Europa. Cada vez que ha vuelto a Bélgica, a Julián lo invade un sentimiento extraño, “una sensación rara sobre un lugar que no conozco pero que le salvó la vida a mis padres”, dice mientras toma mate en su clásico recipiente de madera en el lobby de un hotel de La Habana.

A los 26 años, Julián se mueve entre la alta política uruguaya, haciendo comunicación. “La política ya era un tema en mi vida”, cuenta Julián sobre el día en que le encargaron la dirección de comunicación del Ministerio de Transporte y Obras Públicas de

* Licenciada en Periodismo y Master en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana. Periodista corresponsal de la Televisión Cubana en Quito, Ecuador. Coautora de *La cuadratura del círculo* (Editorial Abril, 2004) y *Entrevista a contraluz: el cine joven en Cuba* (Sed de Belleza, 2011). Premio Nacional de Periodismo Cultural “Rubén Martínez Villena” 2009. Correo electrónico: lurdesstusser@yahoo.es.

Uruguay, bajo el gobierno de José Mujica. Él lo llama sencillamente "Pepe", mientras una ola de gobiernos de izquierda se instala en la región. Dudó, rechazó el puesto, y luego lo pensó mejor:

"Dirigir la comunicación de un ministerio con 26 años en un país de viejos es algo que no sucede mucho, tenía que aceptarlo y hacerlo por la historia de vida de mis padres que habían luchado por ese proyecto político que estaba y está gobernando el país, que es el Frente Amplio. Fue un homenaje a ellos y me hizo aprender muchísimo", confiesa Julián.

Viaja el mundo con Pepe, lo acompaña a cumbres de presidentes, a las de la CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños), a las Naciones Unidas, a conversar con Barack Obama, mientras adivina en este hombre anciano, de ojitos suspicaces, un mensaje único para la humanidad. Lo decide de un tirón: le dice a Emir Kusturica, el director de cine serbio, que a Pepe le gustaría que haga un filme sobre sus ideas. Le dice a Pepe que Kusturica quiere hacer una película sobre su vida. Julián se convierte en productor ejecutivo y director de la segunda unidad de rodaje de *Last Hero* (Último Héroe), la película sobre Mujica que se estrenará en el 2018, y se ha convertido en uno de los grandes proyectos de su vida.

Mientras la edición de la cinta avanza, Julián es además el director de AMÉN COMUNICACIÓN CIUDADANA, una empresa creativa de Montevideo donde trabaja para la política y para los mensajes que le resultan importantes. Cuando lo conocí en Quito, durante la X Cumbre Mundial de Comunicación Política, tenía una definición clara y directa: "Los electores son efímeros, pero los ciudadanos son infinitos." Casi un año después, en La Habana, Julián acepta conversar sobre los destinos de las esferas públicas en América Latina.

"La mía no es una agencia de publicidad, ni una agencia de noticias, es una agencia de comunicación ciudadana que busca generar un tipo de mensaje distinto, un tipo de mensaje pensado no con una cabeza comercial, sino con una cabeza social, desde los gobiernos, desde las organizaciones, de la sociedad civil, desde organismos internacionales. Eso es lo que hacemos y trabajamos para un montón de organismos nacionales e internacionales: Ministerio de Salud, la Dirección General Impositiva, ONU Mujeres, la OMS (Organización Mundial de la Salud), la Agencia de Gobierno Electrónico, en Uruguay y regionales".

¿Por qué cree importante el tema de la comunicación ciudadana?

"Porque en realidad los ciudadanos tienen hoy, mediante las tecnologías de la información y la comunicación, una serie de herramientas y de aptitudes, que no tenían históricamente. La vinculación con los gobiernos, con los Estados, con los políticos, con los gestores, es distinta. Es mucho más interpelante, más desde el cuestionamiento, desde el control cercano de la gestión que hacen los ciudadanos de sus instituciones. Porque las instituciones les pertenecen a los ciudadanos. Los políticos las dirigen, pero los dueños de las instituciones son los ciudadanos."

"Hay una serie de movimientos sociales que utilizan a la comunicación como base, como centro para reivindicaciones sociales que los ciudadanos hacen, y los Estados siempre llegan más tarde. La respuesta estatal es más lenta, la política tiene sus armas preparadas para las batallas electorales y no necesariamente para la comunicación gubernamental entre elecciones. Nadie está pensando en esa especialización".

"Nosotros pensamos que hay ciudadanos empoderados que están cuestionando e interpelando a los políticos, que tienen que ser

entendidos por los políticos, tienen que tener un lugar en las instituciones. Y las instituciones y los gestores tienen que empezar a tener un rol propositivo. No pueden seguir siendo agentes pasivos, que ven cómo cambia la comunicación, cómo cambian los ciudadanos, y ellos como si nada”.

En la conferencia que dictaste en la X Cumbre Mundial de Comunicación Política, en Quito, usted hablaba de la división entre los electores que son efímeros, que terminan con el ejercicio del voto, y los ciudadanos que se perpetúan en el tiempo en su propia existencia y proceder, y son infinitos. ¿Cree que la comunicación política contemporánea entiende esta diferencia?

“Hay teóricos que la entienden muy bien. Mario Riorda y Pablo Valenti están trabajando en eso desde una concepción cercana, hicieron un libro con el Banco Interamericano de Desarrollo que se llama *Gobernautas y ciudadanos*, que busca entender cuál es la manera que tienen los gestores, los políticos, de contactarse con la ciudadanía. Los políticos están concentrados haciendo su trabajo. Por más bien o mal que lo hagan, están gestionando y administrando las empresas, las organizaciones, los ministerios. Lo que pasa es que muchas veces están pensando dónde van a estar en el próximo gobierno. Y la comunicación se ha vuelto un lugar donde ellos creen que tienen que mostrar todo lo que están haciendo, para poder conseguir un buen puesto en el futuro. Y en América Latina eso es aún peor”.

¿La política como trabajo?

“Es peor, porque la política como empleo es algo que ellos ya tienen y que quieren seguir teniendo. El problema son los fondos públicos que usan para proyectar una figura política a futuro. Y no para comunicar desde las instituciones. La comunicación de los gobiernos es para

comunicarle a los ciudadanos y no a los gobernantes, tiene que estar al servicio de la institución. Porque los gobiernos pasan, pero las instituciones son siempre las mismas. Y son de los ciudadanos”.

“Hay políticos que lo entienden, hay políticos que no. Hay una serie de gobiernos de izquierda que se expresan sinuosamente entre la comunicación política y la propaganda, porque sienten que los medios los atacan, y los medios desde la derecha tienen cierto poder. Finalmente terminan haciendo también una comunicación que es una rendición de cuentas, que lo que muestran es lo que hicieron, en vez de utilizarla para que nazca desde la comunicación un embrión de proyectos de gobiernos, que es lo que nosotros tratamos de hacer en AMÉN COMUNICACIÓN CIUDADANA”.

Que le sirva a la gente para algo, porque para algo lo eligen.

“Para eso te eligen. Nada más que para eso”.

Cuando usted utilizaba este concepto de elector efímero vs. ciudadano infinito, decía que los ciudadanos también esquivan a los medios porque los ciudadanos tienen otras formas de comunicación. ¿Cuáles son?

“El mayor porcentaje –está estudiado- de las informaciones que les llegan a los *millennials* hoy, no proviene de ningún medio tradicional, sino de lo que un amigo le compartió en el Facebook. Los *millennials* hoy se informan a través del *Newsfeed* de Facebook, o a través de Twitter, y eso tiene un filtro que no es el del redactor responsable de un medio, o lo que elige el Informativo para poner en la noche. Eso tiene un filtro que es ‘qué le interesa a tus contactos, qué le interesa a tus amigos y qué comparten’. Lo que comparten, ellos leen. No entran a la portada de El País, de Madrid, ni siquiera a su Facebook. Ven lo que El País comparte en su Facebook, y a través de los algoritmos que tienen estas redes sociales, uno ve lo que es más compartido o lo que es más cercano a sus conocimientos”.

"En un momento en el cual podríamos tener un abanico de cosas más grande para informarnos, las redes sociales hacen algo a nuestra medida. Estamos siempre en una zona de confort. Los ciudadanos ni siquiera esquivan los medios, los utilizan de una manera en que les es funcional. Porque no viven para informarse, y eso es algo que la política no termina de entender. A veces las discusiones mediáticas provienen de un submundo que es la política. Un político dice hoy 'A' en el diario, y mañana el político de la oposición dice 'B' en el diario. Al día siguiente le responde de nuevo el gobierno. Eso es una lucha dialéctica en la cual los ciudadanos no están interesados, salvo en casos de gran repercusión, ese es el submundo de la política y no es el mundo de los intereses de los ciudadanos. ¿Tal vez yo dije que los esquivan? No tienen ni que esquivarlos. Miran lo que a ellos les interesa".

Estas redes te plantean una agenda a tu gusto, una agenda construida por tu propio perfil.

"Y además la forma de consumo de las noticias ya cambió. Hay un formato, creado por un medio digital: *Playground* que cambió la forma en que las redes articulan las noticias. Son videos con sobreimpresos que explican en un minuto una problemática. ¡En un minuto! Sin sonido. ¿Por qué? Porque Facebook no tiene sonido en la previsualización de los videos. Así es como se están comunicando los *millennials*. En Uruguay no pasa mucho esto ni cambia mucho la relación con el electorado porque somos una población envejecida, tenemos una pirámide poblacional invertida. Pero en países como Costa Rica, el 49% del padrón electoral tiene menos de 30 años".

"Es así: los políticos con sus métodos de comunicación, y la ciudadanía muy lejos de ellos, con sus formas y con sus propios intereses".

¿Cómo se vive en América Latina la esfera pública, y el espacio de intercambio de opinión?

"Ese espacio es justamente la razón por la que fundamos una empresa donde hablamos de comunicación ciudadana. Ese es el espacio donde están sucediendo las cosas, donde los ciudadanos tienen un espacio que es de ellos, con un objetivo común, que a veces es ponerse en contra de iniciativas gubernamentales, y otras veces no es, porque no tienen por qué. Se organizan para donar determinadas cosas, para ayudar en una causa, o se organizan para salir a las calles o para hacer un espectáculo artístico. Las redes sociales, si entiendo bien esta terminología que tú planteas, lo que permiten es una conversación más fluida".

"Los apocalípticos tecnológicos dicen que los jóvenes se comunican menos, que leen menos. Y cualquiera de esas dos cosas no son verdad. Los jóvenes se comunican más de otra forma, leen más: de otra forma están todo el día leyendo. En mi infancia vos no pasabas todo el día leyendo frente a un libro. Ahora pasas todo el día frente a un dispositivo electrónico leyendo. Y pasas parte de tu día escribiendo. ¿Ellos van deformando el lenguaje? Sí. Pero en vez de decir que esto está mal, debes ponerte a estudiar cómo se da esto, cómo se dan los cambios, cuál es la esfera pública nueva. La esfera pública nueva es de mensajes cortos concretos, de acciones pragmáticas".

¿A través de los medios electrónicos, y no en una tertulia?

"También en una tertulia, después se juntan, se toman una cerveza, pero discuten de lo que ellos quieren. Lo que hay que entender es que lo que las élites bien pensantes de la política quieren no es lo que a la ciudadanía le interesa. ¿Hay ciudadanía informada? Sí. ¿Hay ciudadanía activa? También. ¿Discuten las mismas cosas que discuten

los políticos? El resto de la ciudadanía no, discute qué vamos a hacer el sábado, a dónde vamos a salir."

¿Cree que ha habido un alejamiento de los jóvenes de los temas de la política?

"No. De los temas de la política tradicional. Pero todos los estudios que hay sobre *millennials* te dicen que ellos son personas preocupadas más por determinadas temáticas como el desarrollo ambiental, los derechos de los animales, el futuro del planeta... Lo que pasa es que vamos desviando la terminología, esos son temas políticos. Esos son los temas políticos sobre los que están preocupados los ciudadanos de hoy en día, y esos son los temas que la política debería tomar como propios para responderle a la ciudadanía. Si la ciudadanía no quiere fuentes contaminantes, deberemos tener matrices energéticas que no contaminen. Si la ciudadanía quiere ciclovías para poder andar en bicicleta y no ensuciar ciudades, la política debe acercarse a lo que quiere la ciudadanía. Pero no están menos politizados, tienen su propia agenda: la agenda de ellos es una agenda que a veces está lejos de la de la política. Y además a veces no traducen estas preocupaciones a través del sistema político porque el sistema político no les ha respondido como ellos querrían, y buscan otra forma de organizarse ellos mismos".

Y porque no le brindan un canal a su medida, a la medida de sus hábitos comunicacionales...

"Porque es algo que no sabemos hacer. Los políticos saben dialogar poco con la ciudadanía, y los gobiernos saben dialogar menos. Ahora se está aprendiendo. Cada vez hay más proyectos donde a los ciudadanos les dicen 'qué querés': proyectos participativos para tu zona. Hay que ser consecuente, no puedes ser una gestualidad".

Y cada vez hay más políticos en las redes también, tratando de entrar, aunque no sean tantos...

"Lee el libro de Riorda y Valenti, *Gobernautas y ciudadanos*".

Lo tengo, y también leí otro de ellos, sobre la gestión del disenso.

"Ese trata del bajísimo nivel de respuesta de los gestores políticos a los diálogos que plantean los ciudadanos. Están utilizando nuevos medios con viejas dinámicas, solo hablan, no responden. Estar en las redes sociales sin respetar las leyes propias de las redes sociales es como no estar".

Como ir a una tarima, dar un discurso y largarte después sin mirar atrás.

"Y no escuchar cuando te hablan, no responder. En las redes sociales cuando te hablan y no respondes, generas una lluvia de comentarios negativos. Twitter es así, Facebook es así".

¿Qué rasgos de las realidades latinoamericanas están potenciando y cuáles limitando, las esferas públicas de la región? Tratando de establecer un poco el vínculo entre la realidad social y la comunicativa...

"Lo que las está potenciando es que América Latina es un continente joven en torno a las democracias. Las discusiones que se dieron en Argentina cuando cambió el gobierno, en Brasil cuando cambió el gobierno, en Venezuela entre la oposición y el gobierno, son discusiones que tienen que ver con una alternancia democrática, de años y años de empezar a crecer con nuestras democracias, y con nuestras particularidades. Somos pueblos que cuando creemos algo lo creemos con mucha vehemencia, cuando discutimos lo hacemos con vehemencia. Y estas esferas públicas pasan de la discusión a la acción, de la acción a los enfrentamientos, y los enfrentamientos son

sangrientos. Lo que hay es una discusión dialéctica entre modelos políticos, con una ola de gobiernos de izquierda en los últimos 10 años y una restauración con gobiernos de derecha en Paraguay, Argentina, Brasil”.

“Todo eso genera movilizaciones por parte de la ciudadanía que está a favor o en contra de los gobiernos de turno. A favor de los de izquierda, en contra de los de derecha, y viceversa. Hay una cuestión de debate, y esa misma cuestión es mala porque no tenemos posiciones intermedias que nos permitan llegar a acuerdos donde haya políticas de estado respecto a algunas temáticas. Salvo algunos países de América Latina, que son excepciones como Chile, Costa Rica y Uruguay, donde el país en su conjunto se pone de acuerdo en una serie de cuestiones o temáticas que atraviesan a los gobiernos, esta discusión ideológica eterna hace que nada de lo que haga el otro pueda ser bueno. Y que no podamos acordar que lo que hace el otro puede ser continuable, y que si lo continuo estoy implantando una política de Estado que le hace bien al país, a la ciudadanía. ¿Qué es lo bueno que hizo mi predecesor? Mantengámoslo. ¿Qué es lo que malo? Cambiémoslo. Y cuando cambia el gobierno no tienes que cambiar todo”.

“A nivel de las esferas públicas genera una mentalidad de discusión muy grande, y eso es a su vez una ventaja y una desventaja, una debilidad porque discutimos mucho. Y después a veces hay un proceso de descreimiento en la política porque la política en su actividad se ha ido despreciando por malos hábitos, por altos grados de corrupción –no solo en América Latina-, y cada vez que hay un caso de corrupción hay un descrédito en la política. Los políticos están señalados, están siempre en el banquillo de los acusados porque hay enormes casos de corrupción, y cuando se comprueba uno, es muy difícil, porque hay un concepto expandido de que todos

son iguales, son lo mismo, que es funcional a la construcción del discurso mediático, pero que es destructivo para con la democracia”.

“En todos los bandos, deben haber algunas personas que no son iguales. Hay que reinventar la política para que la corrupción no sea una temática. Y los políticos no tienen eso en la agenda. Lo que tienen en la agenda es señalar cómo el otro es corrupto, no cómo hacemos un sistema menos corrupto”.

He manejado la posibilidad de que surja en América Latina una *ciudadanía regional comunicativamente activa*, personas de diferentes países que participen en procesos comunicativos regionales de fenómenos que provienen de otras realidades, pero que no los involucren directamente. ¿Cree que esto pueda estarse dando en la región en alguna medida?

“Está sucediendo con Venezuela. Lo que pasa es que es muy fácil comprometerse con temáticas con las que uno no tiene contacto diario. El compromiso termina siendo un posteo de Facebook: ‘están matándolos a todos en Venezuela’. ¿Cómo me estoy comprometiendo si lo único que hago es subirlo a Facebook?”

¿Muy light?

“No, está bien, es la forma que tenemos. Pero sí puede haber una circulación de mensajes, puede haber una realidad comunicativa en toda la región. Cuando hubo *impeachment* en Brasil hubo muchos mensajes, cambio de la foto de perfil... Pero es una comunicación de sillón. Yo soy hijo de dos personas que estuvieron presas por pelear por sus ideales, por pensar distinto a los militares que estaban en el gobierno en ese momento, y ellos lo hicieron por luchar, por cambiar el mundo. Cuando uno comparte en un perfil de Facebook o una cuenta de Instagram o Twitter una reivindicación política sobre un territorio que no es el de uno, es lo mismo que hacíamos cuando decíamos ‘qué bueno sería que Venezuela resistiera’ o ‘qué bueno sería

que el gobierno no mate a los opositores', cualquiera de las dos posiciones. Eso es una declaración, no es una acción en sí misma".

"Luego hay algunas reivindicaciones donde la comunicación sí es un activo, donde las reivindicaciones sí trascienden la territorialidad. Como la violencia de género, por ejemplo. Nosotros creamos una pieza de violencia de género, que la hicimos en Uruguay para ONU Mujeres, y ONU Mujeres nos la pidió para toda la región. La lanzaron desde Nueva York y desde el Distrito Federal en México; y se convirtió en un espacio comunicacional de reivindicación de los derechos de la mujer, internacional. Ahí sí. Cuando la temática es transversal en todos los países, sí puede haber un movimiento. Cuando apoyo esto que está pasando allá, es un poco etéreo, es un amor platónico".

"Pero cuando digo esto está pasando aquí y allá y allá, y pongo mi mensaje, lo que estoy haciendo es sumarme a la ciudadanía activa y sumarme a las problemáticas de los que hablan los *millennials*, que son globales. No son nacionales. Hay ciudadanos que pueden luchar desde sus lugares por causas que son líquidas. Es como la modernidad líquida de la que hablaba Zygmunt Bauman. Son cosas que trascienden la territorialidad. Hoy en día las problemáticas globales hacen que desde cualquier lugar del mundo se pueda crear para cualquier lugar del mundo. Porque las barreras culturales de los mensajes cada vez son menos".

¿Cómo está influyendo el ejercicio de los comunicadores políticos en las esferas públicas en América Latina?

"Menos de lo que deberían. Los comunicadores políticos se están dejando convencer por las necesidades de sus jefes, 'tengo que hacer un buen discurso', 'me tenés que acompañar a esta gira'. Y lo que tienen que hacer es frenar al político y preguntarle si quiere que le acompañe a la gira o que su comunicación sea mejor. '¿Vos querés

que te escriba o ambos escribamos el discurso o querés que lo escriba y además esté al lado tuyo cuando lo digas?’ O hacemos la comunicación del político o hacemos la comunicación de las instituciones. Los políticos siempre tienden a usar a su equipo de comunicación para comunicar lo que ellos quieren, sin entender que los comunicadores deben fortalecer las actitudes de las instituciones. Ya la comunicación utilizada en función de la representación política propia tiene un olor feo, la gente ya se da cuenta, y no son efectivos esos mensajes”.

“Por otro lado, en una serie de actividades humanas que no son la política, como son la empresarial y el mercado, los ingenieros, los emprendedores, están empezando a generar una cantidad de acciones cuya herramienta central es la comunicación. *Uber*, por ejemplo. Hay un montón de actividades que cambian porque la comunicación desde el centro, cambió”.

“No estamos pensando acciones que se inserten en el centro de las actividades humanas. Cuando hacemos un programa como *Freepass*, que consistía en que los jóvenes entraran gratis a las discotecas si no tomaban alcohol en la ‘previa’ –porque era más barato tomar fuera que dentro-, estamos generando una política de Estado, algo donde la comunicación está en el centro. Eso es lo que deben hacer los comunicadores: deben pedirles a los jefes que los dejen sentarse en la mesa donde se toman las decisiones y tomar decisiones hacia la política, pero desde la gestación de los programas propios. No como una consecuencia posterior”.

“A través de la comunicación deberíamos preguntarles a los ciudadanos qué es lo que quieren de nuestra gestión, coger lo que nos están pidiendo, perfeccionarlo con los especialistas en la materia y devolverlo a la sociedad”.

He consultado cifras de analfabetismo en la región, y son altas. ¿Cómo le puede ir a los latinoamericanos en la discusión pública de las próximas décadas con tantas dificultades para leer y escribir?

"Esas son luchas políticas más que comunicacionales, enseñarles a leer y a escribir para que puedan ser ciudadanos en toda la fuerza de la expresión, porque no tienen las herramientas para pelear por sus reivindicaciones. Si no resolvemos esas cuestiones de fondo no vamos a poder cambiar otras que vienen después".

"Pero por ejemplo muchos pueblos indígenas, que no saben leer y escribir en español, si no quieren que los muevan de sus territorios, van a luchar igual. Hay que cuestionar el modelo civilizatorio. ¿Qué queremos? ¿Enseñarles a que lean y escriban nuestro alfabeto o queremos que se desarrollen como ellos quieran? Lo que hay que hacer es darles herramientas para que se desarrollen como ellos quieran. Que puedan hablar su lengua. Y si se quieren integrar a nuestros procesos es bueno y si no quieren, también deberíamos respetarlos. Porque de eso se trata el mundo hoy, no solo en Latinoamérica. En Europa es peor, que es una sociedad invadida por un montón de habitantes del mundo que no tienen los mismos hábitos que los que hay donde van a vivir. Y ahí hay que pensar cómo se deja coexistir, cómo viven las mujeres musulmanas en Francia. Cómo se respetan las tradiciones, algunas a veces se convierten en ilegales, eso es muy fuerte".

"Hay que tener un ejercicio de pensamiento crítico constante para construir ciudadanía, y construir ciudadanía no es necesariamente alfabetizar. Es muy importante alfabetizar, pero quizás haya otras cuestiones que a algunas minorías les interese más que ser alfabetizadas. Hay que ayudar a los que sí quieren ser alfabetizados con acceso a la educación, y hay que ayudar a las minorías a preservar la diversidad manteniendo sus derechos".

Si un día tuvieras que asesorar a un grupo de ciudadanos que quieren revelarse contra la comunicación política con cuyas técnicas se estudia qué piensas, qué quieres, cuáles son tus necesidades como persona, ¿qué harías?

"Depende de cuál sea su reivindicación. Si los ciudadanos se organizan y te piden algo, se puede trabajar para ellos. Yo no creo que lo haría para alguien que me pide trabajar en desmedro de la política como actividad, porque creo que la solución es política. Porque no es la comunicación, es la política. La política es la herramienta para cambiar las cosas. Yo no te tengo que asesorar para que vos destruyas la actividad política sino para que vos construyas desde la política, una alternativa. La política ciudadana tiene que traducirse en una forma democrática de construcción. Porque la destrucción es algo muy fácil, desde las redes se puede destruir. Lo difícil es construir. Si yo los fuera a asesorar tendríamos que buscar un discurso que no destruyera un sistema. Tenés que tener una alternativa plausible para mejorar la sociedad, no solo un discurso para destruir una actividad. Convencés al ciudadano, ganás y mejorás las condiciones".

Usted habla de ganar gestores y no candidatos. ¿Qué tan difícil resulta eso hoy?

"Muy difícil. Pero cuando se dan cuenta que mejorarlos como gestores los proyecta como candidatos, después es muy fácil seguir. Pero ahí el mérito está en el gestor que se dio cuenta que el riesgo en la comunicación, el hacer algo distinto, disruptivo, tiene rédito político porque hace que su institución funcione mejor y que los ciudadanos tengan mejores prestaciones del Estado. Si los ciudadanos tienen mejores prestaciones del Estado, ellos tienen más prestigio como gestores. Si tienen más prestigio como gestores, ya se están construyendo como candidatos. Pero hay que convencerlos para eso. Porque es más fácil poner al gestor en un spot para las redes sociales

inaugurando hospitales, pero es más lejano. Es frío, a la ciudadanía no le gusta”.

“Es un modelo de enunciación gastado. Ya lo hizo toda la política durante muchísimos años. Esto es lo que le hizo mal a la comunicación política. Porque se va destruyendo la actividad en sí misma, usando los fondos para mostrar las obras. La obra la tenías que hacer, ¿por qué tienes que comunicar que además la hiciste? Utiliza esos fondos para hacer una comunicación en la cual esa obra que inauguraste, funcione mejor, como una herramienta de comunicación: un hospital que tenga un modelo de gestión online para que la gente pueda saber cuándo se atiende. Es un ejemplo muy básico, pero son los mismos fondos acercándose a la ciudadanía”.

Solo depende de la creatividad.

“No digo que no se registre el momento de la inauguración, está bien, es un acto protocolar. Lo que no hay que hacer es poner plata para pautarlo para que la gente lo vea en televisión”.

Cuénteme de la película que hicieron con Pepe Mujica.

“A partir de trabajar en su gobierno, empezaron a surgir proyectos. En un momento se nos ocurrió que había que hacer una película sobre Pepe y convocamos al director de cine serbio Emir Kusturica, a él le encantó. Y esa es seguramente una de las herramientas de comunicación política más fuertes que he creado en mi carrera porque, aún sin haberse estrenado, lo que logramos es que un discurso tan importante para la humanidad hoy en día como es el de Pepe, se vea amplificado por la llegada que tiene Kusturica a algunos lugares no hispanoparlantes”.

“Todavía no está estrenada, se está terminando de editar en Serbia, pero fue una experiencia increíble porque tiene la fuerza de demostrar que los sueños están para cumplirse. Y cuando uno tiene un proyecto así de locos, y se lo presenta a quien se lo tiene que

presentar, y convence a Pepe, y a Kusturica, llegas a un proyecto de escala mundial y de la importancia como para poner a un país en la pantalla grande y ver a una persona que pasó por las cosas que pasó Pepe y que tiene un discurso tan conciliador, tan humanista, tan importante como el que él tiene, y cómo a partir de eso se pueden mejorar las capacidades de proyección intelectual de un montón de jóvenes”.

“Es una persona muy vieja, que tiene una conexión muy importante con los jóvenes. Él está diciendo las cosas que les importan a los jóvenes. Está hablando del amor, del futuro, de la prosperidad, del trabajo, de la cantidad de horas que nos quita en la vida el trabajo. Y esas cosas les importan mucho a los jóvenes. En lugares donde ya lo conocen, él es un *rockstar*: en Turquía, en Japón, en México. Pero Kusturica tiene su influencia además en un montón de lugares donde él también tiene una visión de mundo y una posición política activa. Eso hace que se junten dos personalidades admiradas en distintos lugares del mundo y por distintos públicos. El público de Kusturica es mucho más intelectual que la gente que conoce a Pepe. Kusturica es una persona intelectualmente mucho más cultivada que lo que Pepe defiende. Pepe es un tipo intelectualmente muy activo, es lector, sabe de muchas cosas, pero tiene otra forma de vincularse, y él se dio cuenta que el arte, que el cine, tienen otra forma de llegada y otra forma de expresión: que la película puede ser buena para Uruguay y para la humanidad”.

¿Para cuándo la estrenan?

“Creo que va a ser a principios del año que viene”.

¿Qué le queda a usted para la vida y para la política, de su experiencia familiar, de la cárcel, las torturas y el exilio de sus padres?

"Cuando me ofrecieron el cargo en el ministerio no sabía qué hacer, primero dije que no, luego dije que sí, no sabía dónde la política podía entrar en mi vida, la política ya le había hecho demasiado mal a la vida de mi familia, mis tíos estuvieron presos también, mis primos crecieron con su madre presa. Me llevó a pensar mucho si quería o no, pero al final dije que sí porque si uno no se compromete con la sociedad en la que vive, no puede quejarse luego de que otros lo hacen mal".