

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Hiperpolítica y ciudadanía vacía en Uruguay: análisis hermenéutico de la campaña presidencial de Andrés Ojeda*Hyperpolitics and Vacant Citizenship in Uruguay: A Hermeneutic Analysis of Andrés Ojeda's Presidential Campaign*Camila Zeballos Lereté *Universidad de la República. Montevideo, Uruguay.**Correo electrónico: camila.zeballos@cienciassociales.edu.uy*Martín Aguirregaray Ponte *Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España.**Correo electrónico: maguirregaray@uoc.edu***Resumen**

El objetivo del artículo consistió en analizar la campaña presidencial de Andrés Ojeda en Uruguay (2024) a partir de una articulación entre la noción de “hiperpolítica” desarrollada por Peter Sloterdijk y el concepto de “ciudadanía vacía” formulado por Wendy Brown. Desde un enfoque hermenéutico, el trabajo examinó los discursos, intervenciones públicas y materiales digitales de la campaña, con el propósito de traducir el diagnóstico filosófico de Sloterdijk en dimensiones analíticas aplicables al estudio de caso. El análisis identificó un conjunto de rasgos, como personalización extrema, centralidad estética del discurso, desplazamiento de clivajes ideológicos tradicionales y protagonismo de plataformas digitales, que configuran una forma de hacer política centrada en el personalismo, en la construcción de imagen y en la apelación a identidades individualizadas. El artículo ofreció una operacionalización de la noción de hiperpolítica a partir de un estudio de caso, y la vinculó con transformaciones contemporáneas de la democracia. Sostuvo, asimismo, que la irrupción de Ojeda no solo expresó una estrategia electoral disruptiva en el escenario uruguayo, sino que constituyó una manifestación situada de dinámicas hiperpolíticas que inciden en la percepción y configuración del sujeto político. De este modo, el artículo contribuyó tanto a la discusión teórica sobre la hiperpolítica y la racionalidad neoliberal como al análisis de las mutaciones recientes del sistema político uruguayo en el contexto latinoamericano.

Palabras clave: ciudadanía vacía; hiperpolítica; personalismo; Uruguay.

Esta obra está licenciada bajo una Licencia de Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

Abstract

The aim of the article was to analyze Andrés Ojeda's 2024 presidential campaign in Uruguay through an articulation of Peter Sloterdijk's notion of "hyperpolitics" and Wendy Brown's concept of "empty citizenship." Adopting a hermeneutic approach, the study examined the campaign's speeches, public interventions, and digital materials in order to translate Sloterdijk's philosophical diagnosis into analytical dimensions applicable to the case study. The analysis identified a set of features—such as extreme personalization, the aesthetic centrality of discourse, the displacement of traditional ideological cleavages, and the prominence of digital platforms—that configure a mode of doing politics centered on personalism, image construction, and appeals to individualized identities. The article offered an operationalization of the notion of hyperpolitics through a case study and linked it to contemporary transformations of democracy. It further argued that Ojeda's emergence not only expressed a disruptive electoral strategy within the Uruguayan political arena but also constituted a situated manifestation of hyperpolitical dynamics that shape the perception and configuration of the political subject. In this way, the article contributed both to the theoretical discussion of hyperpolitics and neoliberal rationality and to the analysis of recent mutations in the Uruguayan political system within the Latin American context.

Keywords: Empty citizenship; hyperpolitics; personalism; Uruguay.

1. Introducción

Los problemas que presenta el régimen político democrático liberal en la actualidad son varios¹. Dificultades de representación, polarización², personalismo, corrupción, ineficacia de los partidos políticos en sus funciones básicas³, indiferencia o desatención a las demandas de los sectores más vulnerables o la utilización de la mentira para desacreditar al adversario político⁴. En Uruguay, estos problemas parecen, a simple vista, no existir. Sin embargo, parte de las tareas que emprenden las reflexiones que se realizan desde la teoría política es preguntarse por lo no evidente al primer análisis⁵. En este sentido, es relevante detenerse en los procesos políticos que se presentan como disruptivos y que buscan modificar, o desafiar, el funcionamiento de los espacios más tradicionales de la democracia liberal. El caso de Andrés Ojeda, candidato a la presidencia de Uruguay en las elecciones nacionales de 2024 por el Partido Colorado (PC), es un ejemplo de ello.

Ojeda es un abogado penalista de 42 años que, si bien no es estrictamente un *outsider*, tuvo intentos por instalar esa idea. De hecho, en su trayectoria cuenta con un hito importante: fue suplente a la Intendencia de Montevideo en las elecciones departamentales de 2020 por el Partido Nacional (PN), histórico oponente del PC.

A pesar de haber estado inmerso en el sistema político y formar parte de un partido de larga trayectoria, cuyo nacimiento se remonta a la fundación del Uruguay, la irrupción de Ojeda en la campaña

¹ LEVITSKY y ZIBLATT (2018) p. 336; MORGENSTERN (2021) pp. 968-976; LUNA (2024) pp. 221-226.

² TORCAL y HARTEVELD (2025) p. 482.

³ CINGOLANI (2010). pp. 217-227.

⁴ MOUFFE (2005) pp. 11-23.

⁵ BROWN (2010) pp. 37-77.

electoral de 2024 estuvo signada por la ausencia de una estructura partidaria en el territorio del país y por una fuerte presencia publicitaria, especialmente en redes sociales. Su campaña se centró, principalmente, en ciertos atributos personales (como su juventud, su estilo de vida *fitness* o su vida amorosa) con los que se intentó presentar al candidato como un agente liviano y fresco. A lo largo del período electoral, Ojeda procuró construir una imagen de novedad.

Su campaña fue disruptiva en dos sentidos, y por ello se justifica su análisis como objeto de este artículo: en términos de financiamiento —teniendo en cuenta el rendimiento electoral del PC— y de contenido. De este modo, las características de la estrategia de Ojeda, su presencia en redes sociales (principalmente *Instagram* y *YouTube*), el vínculo que buscó construir con la ciudadanía desde el personalismo como estrategia de movilización y persuasión electoral⁶, así como sus propuestas políticas, permiten analizar su accionar en el marco de dos conceptos: hiperpolítica y ciudadanía vacía.

Hiperpolítica es un término utilizado por el filósofo alemán Peter Sloterdijk para hacer referencia a un estado concreto de la política y de la historia de la humanidad, en la que los individuos se sienten ajenos a su condición de sujetos políticos, estando a su vez en un espacio hiperpolitizado. La ciudadanía vacía⁷, en tanto, hace referencia a un proceso en el que el individuo se vacía, o es vaciado, de su condición de sujeto político para ser llenado de otras valoraciones, en su mayoría relacionadas con una concepción cultural que refleja una construcción específica de lo político desde una mirada despolitizadora.

Teniendo en cuenta estos conceptos, el artículo se plantea como objetivo general analizar la campaña de Ojeda y comprender sus implicancias en la política uruguaya. Con la finalidad de entender las raíces y contribuir a la discusión teórica sobre ambos términos, es imprescindible ponderar la centralidad de la cultura política neoliberal en la producción de sujetos y subjetividades, más allá de las condiciones económicas⁸.

El artículo se organiza de la siguiente manera. En la próxima sección se presenta la metodología. En la siguiente se realiza un diagnóstico global a partir de la explicitación, y consecuente desarrollo, de la hiperpolítica y la ciudadanía vacía. Luego, se realiza una aproximación al caso uruguayo y la irrupción de Ojeda como candidato a la presidencia en las últimas elecciones nacionales de 2024. En dicha sección se ofrece un panorama general de la opinión pública uruguaya a partir de datos del Latinobarómetro, que oficia de contexto al análisis propuesto por el artículo. En el apartado que sigue se comparte una aproximación a la propuesta programática política de Ojeda. Allí, a partir del análisis de sus discursos y pautas publicitarias, se hace hincapié en las características más salientes de su oferta electoral: personalismo, narcisismo y aparente vaciamiento político-ideológico. Finalmente, en la última sección se comparten reflexiones derivadas del análisis precedente y preguntas a ser abordadas en próximos trabajos.

⁶ GILAS (2020); LUJÁN *et al* (2024) pp. 1-12.

⁷ Una definición complementaria a “ciudadanía vacía” aparece en: LUNA *et al.* (2025) p. 240, bajo la denominación de “ciudadanía de baja intensidad”. Se apela a dicha caracterización en un contexto de democracias violentas (régimenes políticos que ejercen la violencia estatal y conviven con el sufragio universal, la competencia electoral y amplios márgenes de libertades civiles y políticas).

⁸ BROWN (2021) p. 214.

2. Metodología

La vocación del artículo es teórica y propone un enfoque metodológico hermenéutico⁹, que permite indagar en la construcción de la realidad dentro de un contexto histórico, político, económico y social particular¹⁰. Su objetivo es analizar la campaña de Ojeda y comprender sus implicaciones en la política uruguaya a partir de la interpretación del sentido y orientaciones de las acciones emprendidas durante la competencia electoral de 2024.

En el núcleo de las reflexiones críticas de la hermenéutica está la relevancia del contexto y la interacción. Específicamente, en base al análisis de algunas intervenciones públicas de Ojeda, de sus publicaciones en redes sociales, cartelera instalada en la vía pública y entrevistas brindadas durante las elecciones, el artículo interpreta la campaña presidencial del candidato a la luz de los conceptos de hiperpolítica y ciudadanía vacía.

El objeto de estudio del artículo está constituido, mayoritariamente, por textos e imágenes de la campaña de Ojeda que circularon en distintos medios. Por ello, el abordaje hermenéutico es adecuado para la comprensión profunda del mensaje que el candidato del PC buscó transmitir.

En función del objetivo propuesto, así como del objeto de estudio, la hermenéutica es una alternativa plausible, en tanto permite circular entre los distintos elementos del corpus empírico para desplegar una comprensión del fenómeno¹¹. Si bien excede el objetivo propuesto, el artículo busca desandar el camino de la “excepcionalidad uruguaya”¹² en tanto inserta el caso de Ojeda en un contexto de creciente personalización de la política electoral, con casos paradigmáticos como Javier Milei, en Argentina, y Nayib Bukele, en El Salvador¹³.

3. Desarrollo

3.1 Las dimensiones de un diagnóstico global

La hiperpolítica forma parte de una división de la historia de la humanidad en tres etapas o “tres formaciones de auténticas fantasías configuradoras de sociedades”¹⁴, cada una con su correspondiente modelo o referencia política. En primer lugar, la etapa de las hordas de cazadores-recolectores en los albores de la humanidad. Este momento se caracteriza por la conformación de pequeños grupos humanos (hordas), que se organizan en el marco de la “paleopolítica”, cuyo principal cometido no es el de presuponer al hombre, sino el de generarlo, siendo “el milagro de la repetición del hombre por el

⁹ PALMER (1969) p. 283; NOSETTO y WIECZOREK (2021) p.187.

¹⁰ VETTORI (2018) pp. 85-101.

¹¹ QUINTANA y HERMIDA (2019) pp. 73-80.

¹² MENÉNDEZ (2019) pp. 123-150.

¹³ LUJÁN *et al.* (2024) pp. 1-25; LUJÁN *et al.* (2024) pp. 1-12.

¹⁴ SLOTERDIJK (2020) p. 20.

hombre”¹⁵. La principal característica de este período es el de hacer, en pequeñas proporciones, el arte de lo posible, tal como Sloterdijk define a la política.

En segundo lugar, está la etapa de la cultura agrícola, de la conformación de las ciudades, momento en el que el arte de lo posible se amplía a comunidades más grandes con la “política clásica”. Un tiempo que es, además, el de los imperios. Esta política clásica es el momento donde, erróneamente según Sloterdijk, se hace creer que comienza la historia de la humanidad, como si ya hubiera empezado a lo grande, en la ciudad, en el Estado, obviando el tiempo anterior. Sin embargo, la política clásica lo que intenta es repetir ese arte de lo posible, pero en proporciones mayores.

Para Sloterdijk, el *homo politicus* se da junto al *homo metaphysicus*, ya que “los buscadores del Estado y los buscadores de Dios son, evolutivamente, gemelos”¹⁶. De alguna manera, esto da cuenta de que lo político es desbordado por la propia incapacidad del ser humano de organizarse en comunidades mayores, razón por la que lo meramente organizacional-político no es suficiente para responder a la pregunta básica de la política: ¿cómo pueden los seres humanos vivir en común y transmitir ese sentido de lo común (y de la urgencia) a las generaciones venideras?

En tercer lugar, se encuentra la etapa industrial, postimperial, que se enmarca en la caída de los grandes relatos que unificaban y permitían el funcionamiento de las comunidades que se dieron en la política clásica. Ahora se sucede una “hiperpolítica”, que Sloterdijk referencia como “un viaje hiperrápido hacia el reino de la confusión”¹⁷. La confusión emerge, principalmente, en un contexto donde la hiperpolítica irrumpe y constituye un entramado de hiperconexiones caóticas que se derivan, entre otras cuestiones, del tamaño de una hiperesfera conectada.

En este punto, es preciso realizar una salvedad metodológica, ya que Sloterdijk no define concretamente qué es la hiperpolítica, sino que ofrece un diagnóstico filosófico de una transformación en la relación entre los individuos y lo político en contextos esencialmente posmodernos. Así, a partir de la lectura que propone el filósofo, la hiperpolítica puede interpretarse como una forma de vinculación con la democracia que se caracteriza por la coexistencia de una exposición permanente al conflicto político y, simultáneamente, una tendencia a su negación o desplazamiento hacia registros espectaculares, mediáticos y personalistas.

La recepción académica del concepto ha sido escasa y destinada, mayormente, a un registro filosófico o exegético, que se orienta a esclarecer el alcance conceptual del término más que a su operacionalización a través de estudios de caso¹⁸. No obstante, hay aportes específicos como el de Alonso y Arzo¹⁹ que analizan a la hiperpolítica en el contexto de la cibercultura y proponen una proto-teoría abocada a nuevas formas de activismo, mediado por las tecnologías digitales.

Además, es posible advertir que las contribuciones realizadas muestran a la hiperpolítica como una categoría teórica o normativa, mientras que son escasas las tentativas de traducirla en dimensiones

¹⁵ SLOTERDIJK (2020) p. 25.

¹⁶ SLOTERDIJK (2020) p. 38.

¹⁷ SLOTERDIJK (2020) p. 77.

¹⁸ COUTURE (2011) p. 19; MAUREIRA (2021) pp. 93-112; VÁSQUEZ (2021) pp. 323-381.

¹⁹ ALONSO y ARZOZ (2005) pp. 95-106.

analíticas. A partir de ello, este artículo propone una operacionalización en dimensiones, con el fin de evaluar su potencialidad interpretativa en el análisis de la campaña presidencial de Ojeda.

Siguiendo a Sloterdijk sobre la transformación del cuerpo político en la era de la hiperesfera conectada, este artículo traduce operativamente la hiperpolítica en un conjunto de prácticas políticas y comunicacionales que en campañas electorales contemporáneas pueden evidenciarse en cuatro dimensiones analíticas: (1) personalización de la representación, observable en la primacía de la figura del candidato por sobre las estructuras partidarias y los contenidos programáticos; (2) interpelación emocional de la ciudadanía, apreciable en estrategias comunicacionales que privilegian la identificación afectiva por encima de la deliberación racional; (3) desideologización y centralidad estética del discurso, expresada en la sustitución de debates programáticos por narrativas vinculadas a atributos personales, estilos de vida y consumos culturales; y (4) mediatización intensiva, evidenciada en la centralidad de plataformas digitales e imágenes en la construcción del mensaje político. Cada dimensión es examinada a partir de un análisis interpretativo de las intervenciones públicas de Ojeda, piezas audiovisuales y publicaciones en redes sociales.

Para comprender el trasfondo ontológico que sustenta estos componentes, es necesario profundizar en algunos elementos centrales del pensamiento sloterdijkiano. En el marco de la hiperpolítica, el pensador alemán considera que hay un hecho clave en la historia que requiere ser analizado desde una mirada política: la muerte de Dios²⁰. Sloterdijk sostiene que:

(...) declarar muerto a Dios implica, en una cultura condicionada por el monoteísmo, una dislocación de todos los nexos y el anuncio de una nueva forma del mundo. Con la muerte de Dios se elimina el principio de la pertenencia común de todos los hombres en la unidad de un género creado²¹.

La muerte de Dios reconfigura el entendimiento de lo común al modificar el paisaje mundial de las multitudes. Occidente se reconoce sin Creador, por lo que cabe preguntarse: ¿cuán difícil es, a partir de ese momento, definir una tarea en común? Entre eso que murió y eso que viene a ocupar su lugar queda un espacio para pensar en esta tercera etapa de la humanidad. La muerte de Dios no significa solo la muerte del Padre, sino también el fin o el comienzo del fin de los grandes relatos.

En la nueva era industrial, el mundo se define a partir de una “hiperesfera conectada en red”²². El mundo, lo grande, se hace pequeño y esto cambia por completo la conformación política, que acumula estrés porque incorpora actores: “ahora es la gente de la calle la que debe tener las preocupaciones que antes incumbían a un ministro de asuntos exteriores”²³. Esto tiene consecuencias sobre la democracia y cómo se la entiende. Al respecto, Sloterdijk dice:

Cuando los hombres occidentales se definen hoy despreocupadamente como demócratas, no lo hacen, la mayor parte de las veces, porque tengan la pretensión de cargar con la cosa pública en

²⁰ La muerte de Dios es un concepto que Friedrich Nietzsche [2024 (1882)] acuñó para definir un cambio de época en la humanidad, en el que la religión ya no dictaba el sentido y el orden del mundo occidental.

²¹ SLOTERDIJK (2020) p. 66.

²² SLOTERDIJK (2020) p. 68.

²³ SLOTERDIJK (2020) p. 69.

las labores cotidianas, sino porque consideran, con razón, que la democracia es la forma de sociedad que se permite no pensar en el Estado ni en el arte de la copertenencia mutua²⁴.

Es decir, la relación que los ciudadanos tienen actualmente con lo democrático está basada en el desinterés por su condición de sujetos políticos, como si lo político los superara, debido al tamaño de la hiperesfera conectada en red. El filósofo alemán no pone el acento solo en los políticos profesionales como actores que no son capaces de resolver los problemas del mundo, sino también en los sujetos que proyectan su malestar a los políticos cuando en realidad están transmitiendo también un malestar de la cultura mundial. La hiperpolítica supone, entonces, una cuestión de tamaño: la política ya no se da aislada, sino en un mundo hiperconectado. Implica la gestión no ya de una horda, sino de hiperhordas en la que cualquier decisión se vuelve epidémica, de escala global. En esta reconfiguración de lo grande, las consecuencias culturales son significativas, ya que lo que aparece es un mundo amorfo, con sociedades sin identidad o que tienen miedo de perderla.

Se asiste, así, a la “vuelta a las viejas reservas” provocadas por “el mundo sin forma y la sociedad sin identidad”²⁵ que caracteriza a esta hiperesfera conectada en red. Sloterdijk le otorga un peso grande a la globalización como mecanismo justificatorio del rechazo a la política y a los políticos, debido a la pérdida del espíritu político que gira en torno a los Estados nacionales como conformadores de identidades. Ante estas problemáticas, el ser humano “no ha sido capaz de engendrar prótesis emocionales y simbólicas para moverse por las grandes superficies”²⁶. Es decir, no ha podido encontrar soluciones específicas a las problemáticas derivadas de su tamaño.

Ante la incapacidad de generar una nueva convivencia, y la política desgastada, las personas se han insularizado. Los individuos de la hiperpolítica pueden definirse como islas nómadas debido a su modo de vida y la centralización de la individualidad. La insularidad es la principal característica del *individualismo de apartamento* de la era posmoderna²⁷. De esta manera, a nivel social se produce un “individualismo postsocial” que “necesita individuos, los cuales, a su vez, necesitan menos de la sociedad”²⁸. Estamos ante individuos que tienen múltiples intereses y que conforman su identidad en el marco de una constante contradicción: la de que no hay una verdad vinculante. Esto abre el espacio de convivencia a una conflictividad que no cesa.

Sloterdijk sostiene que la *democracia* significa mucho más que “poder del pueblo”, ya que guarda relevancia con el individuo posmoderno, con el individualismo urbano y funciona como “máscara política del nihilismo”²⁹. Para el filósofo, el nihilismo es una característica estructurante del mundo que quedó. Es decir, que la problemática de la democracia a nivel actual es su relación con el marco nihilista de desinterés y con cómo esto encaja con el sujeto insularizado, cómo este mantiene el vínculo político con aquella.

El sujeto posmoderno, en su vínculo político con la democracia, aparece como alguien que se aparta de lo colectivo: exige de la sociedad, pero al mismo tiempo la rechaza. En ese escenario se abre un vacío por llenar. La desaparición de la sustancia ha puesto en evidencia la fragilidad del “arte de lo posible”

²⁴ SLOTERDIJK (2020) p. 95.

²⁵ SLOTERDIJK (2020) p. 75.

²⁶ SLOTERDIJK (2020) p. 78.

²⁷ SLOTERDIJK (2020) p. 91.

²⁸ SLOTERDIJK (2020) p. 97.

²⁹ SLOTERDIJK (2020) p. 94.

dentro de un mundo hiperconectado. La hiperpolítica se desarrolla junto a hiperidentidades, donde cada individuo aislado construye la propia. Un entorno que se conforma con lo dado está, inevitablemente, destinado a convertirse en un espacio sin política. Por ello resurgen figuras de carácter mesiánico en el ámbito político, presentadas como hitos culminantes. En ese intersticio, las estrategias electorales centradas en la figura personal adquieren protagonismo.

A partir de la relación constructora en el marco de lo divino, de la sustancia, cabe pensar en el presidente de Estados Unidos, Donald Trump. Tras el fallido atentado contra su vida el 24 de julio de 2024 (un disparo le dio en la oreja), Lara Trump, nuera del presidente, publicó una imagen que se volvió viral en su cuenta de Instagram, en la que se ve al mandatario sentado mientras una representación de Jesús de Nazaret se ubica detrás, de pie, y le toca los hombros (Figura 1)³⁰.



Figura 1. Donald Trump con una representación de Jesús de Nazaret
Fuente: TRUMP (2025).

La imagen ya había sido utilizada por Trump en otras ocasiones y él mismo la compartió en su red social, *Truth social*, tres meses antes del intento de asesinato. Además, se encuentra impresa en camisetas y banderas e incluso ploteada en vehículos de seguidores del mandatario. En octubre de 2023, durante el juicio en su contra por fraude, Trump utilizó otra imagen en la que se lo ve con Jesús de Nazaret a su lado. En esa ocasión, el mandatario subió a la red una imagen en la que está en el banco de los acusados de un juzgado con la figura religiosa a su lado. Así como Jesús sufrió por la humanidad, Trump sufre por sus seguidores, algo que el mandatario referenció concretamente: “no vienen por mí, vienen por ustedes. Yo solo obstaculizo su camino y lo voy a hacer durante mucho tiempo”³¹.

³⁰ TRUMP (2025).

³¹ ANSORENA (2023) p. 1.

En la asunción de su segundo mandato, el 20 de enero de 2025, Trump dijo: “fui salvado por Dios para hacer América grande de nuevo”³². En su discurso también prometió realizar una revolución del sentido común, restaurar de manera completa a Estados Unidos y aseguró que la Edad de Oro de su país comenzaba en ese momento. No es la primera vez que Trump se refiere a sí mismo como una especie de salvador. En 2019, dijo: “soy el elegido de Dios”³³. El 19 de enero de 2025, la cuenta oficial de la Casa Blanca en Instagram subió una foto del presidente con una corona en la cabeza y una frase que rezaba: “*Long live the king*”³⁴ (Larga vida al Rey).

Estas acciones no se tratan de una mera construcción discursiva de un candidato para fines electorales. Hay una idea de que la lucha no es entre rivales políticos o clivajes ideológicos, sino entre el bien y el mal³⁵. Esto forma parte de una reconfiguración de la política que busca, explícitamente, alejarse de las dicotomías tradicionales como “izquierda-derecha”. Trump, por ejemplo, se presenta como un solucionador de los problemas profundos de los Estados Unidos. Ojeda, por su parte, utilizó las concepciones de “nuevo” y “viejo”, “renovación” y “estancamiento” como ejes estructurantes de su propuesta política.

Lo que emerge, en definitiva, es la posibilidad de utilizar conceptos heterogéneos para llenar el espacio desocupado. Cualquiera que sea la terminología empleada, lo que se aprecia es un vacío, no solo en un sentido filosófico como lo expresó Sloterdijk con la muerte de Dios, sino también a nivel práctico. El ciudadano actual, insularizado y vaciado, está estimulado y expuesto a llenarse de conceptos de fácil consumo. Lo hace en el marco del neoliberalismo, donde prima la individualidad y la competencia, cuestiones que lo habilitan a conformarse en isla.

Este individuo aislado se reconoce dentro de patrones que refuerzan la experiencia personal como único horizonte de existencia. Sloterdijk lo denomina el “hombre sin retorno”: alguien que habita en un flujo que nunca puede ser recuperado. El sujeto insular reproduce la lógica del capitalismo, donde lo adquirido se integra en una dinámica continua y uniformadora cuyo único fin es sostenerse. En este contexto, lo que se produce es la isla: un espacio en el que el individuo permanece dentro de una sociedad que fomenta un individualismo despolitizado.

En este marco, que recompensa a cada sujeto por sí solo, lo reproductivo debe entenderse como la expansión de un modelo que busca prolongarse. En realidad, la lógica neoliberal encierra una producción no reproductiva, donde el largo plazo no entra como posibilidad. Por eso, Sloterdijk sostiene que el mundo tiene la característica del no retorno, con “artículos de consumo no retornables, materias primas no retornables y finalmente en biotopos y atmósferas no retornables”³⁶. En este escenario es posible pensar la política como un elemento más del no retorno.

Como corolario, el neoliberalismo ingresa a esta maquinaria de forma aceptada, ya que no concibe una sociedad, sino individuos, tal como dijo Margaret Thatcher: “No existe tal cosa (como la sociedad). Hay individuos, hombres y mujeres y familias”³⁷. Estas declaraciones refuerzan la noción de que el

³² INFOBAE (2025) p. 1.

³³ LOS ÁNGELES TIMES (2019) p. 1.

³⁴ WHITE HOUSE (2025) p. 1.

³⁵ ILLOUZ (2023) p. 192.

³⁶ SLOTERDIJK (2020) p. 102.

³⁷ THATCHER (1987).

neoliberalismo es, también, un mecanismo de producción de subjetividades individuales que desarticulan la idea de lo colectivo y de lo público, generando, a su vez, una relación específica con la política³⁸. La consolidación de los individuos-isla confirma y legitima la despolitización, que la razón neoliberal aprovecha para construir un sujeto económico³⁹.

El neoliberalismo “es un modo distintivo de razón, de producción de sujetos, una ‘conducta de la conducta’ y un esquema de valoración”, además de ser “una reacción económica y política específica contra el keynesianismo y el socialismo democrático” y una “práctica más generalizada de ‘economizar’ esferas y actividades que hasta entonces estaban regidas por otras tablas de valor”⁴⁰. Así, Brown propone una concepción amplia del neoliberalismo al producir sujetos, engendrar valores y amplificar una manera de comprender la vida a través de lógicas profundamente económicas.

Es decir, a la lógica de la hiperpolítica hay que sumarle la operativa de la razón neoliberal, que está en todos los espacios vitales, y que “convierte el carácter claramente político, el significado y la operación de los elementos constitutivos de la democracia en algo económico”⁴¹. De este modo, en el proceso de sustitución, o en el mejor de los casos de relegamiento, hay una pérdida de principios políticos vinculados a la igualdad, justicia, universalidad o protección estatal.

El diálogo entre la hiperpolítica de Sloterdijk y la crítica de la racionalidad neoliberal que desarrolla Brown se puede comprender como una articulación que opera entre dos niveles analíticos diferentes y complementarios en la producción del sujeto contemporáneo. Mientras que Sloterdijk ofrece un diagnóstico ontológico y describe la condición en la que el sujeto es vaciado de sustancia política, Brown analiza la producción histórica de subjetividades bajo la racionalidad neoliberal y examina las prácticas que ocupan ese vacío.

Por ello, se plantea que la hiperpolítica no constituye una oposición a la racionalidad neoliberal, sino que representa el fundamento ontológico desde el cual esta despliega su funcionamiento. En consecuencia, el sujeto insular descrito por Sloterdijk encuentra en la racionalidad neoliberal analizada por Brown un ámbito de acción que orienta sus prácticas y moldea su subjetividad, al incorporar criterios económicos en espacios que antes estaban vinculados a la construcción democrática.

No obstante, esta complementariedad implica una tensión de tipo teórico, ya que Sloterdijk sitúa el vaciamiento de lo político en macrotransformaciones civilizatorias de largo alcance y Brown lo interpreta como un efecto históricamente situado de un régimen de gubernamentalidad específico. Aun así, la articulación entre ambas perspectivas permite pensar a la hiperpolítica como una intersección entre una mutación ontológica entre la experiencia de lo común y una racionalidad que capitaliza esa transformación.

En este proceso, la gobernanza es clave, ya que aparece como “la forma administrativa primaria del neoliberalismo, la modalidad política que crea ambientes, estructura las restricciones e incentivos y, por consiguiente, conduce al sujeto”⁴². La gobernanza implica que el gobierno sufre una transformación basada en la pérdida del conflicto. Esto imprime una lógica pragmática orientada a la eficiencia en

³⁸ BROWN (2021) p. 214.

³⁹ BROWN (2016) p. 12.

⁴⁰ BROWN (2016) p. 13.

⁴¹ BROWN (2016) p. 10.

⁴² BROWN (2016) p. 149.

términos empresariales. El desplazamiento tiene consecuencias sobre la democracia porque abona una crisis de representación política, en tanto lo público pierde su valor intrínseco vinculado al conflicto⁴³. Es decir, la política se vacía de sí misma: ya no hay posiciones políticas robustas. No hay interés en modificar las lógicas sistémicas profundas; hay gestión, solución de problemas administrativamente y búsqueda de eficiencia.

De esta forma, y siendo confluyente con lo señalado por Sloterdijk sobre la relación de los sujetos con la democracia, “la participación ciudadana queda reducida a compromiso”⁴⁴. Es decir, se aprecia una pérdida de interés en el marco del rol político de cada individuo, distanciado.

La cuestión es la siguiente: si el sujeto está vaciado e insularizado ¿con qué se llena? Si se sigue el razonamiento de Brown, la pérdida de lo político favorece lo económico. Lo que llena al sujeto vacío es, entonces, un cúmulo de lógicas socioculturales que crea la propia razón neoliberal: el desprecio por lo político, la individualización, la competencia o meritocracia. Todo esto se consume, se productiviza y se vincula con las hiperidentidades de los sujetos-isla. Es decir, los productos que engendra la razón neoliberal se vinculan emocionalmente con una característica del sujeto en sí, que parece no poder separarse de aquello que lo define.

De hecho, Brown sostiene que “todo se convierte en un ícono de las diferentes perspectivas políticas en disputa o se contextualiza dentro de esa disputa”⁴⁵. Ocurre una trivialización, a la que Brown llama hiperpolitización de los valores, que invade “las formas de familia, la decoración del hogar, la posesión de armas, los programas escolares, las preferencias deportivas y de los atletas, las prácticas ecológicas, la moda, las prácticas sexuales, la presentación de género, la dieta y el ejercicio”⁴⁶. Son trivialidades que se hacen pasar por política y que deben diferenciarse de otras cuestiones relevantes como la conciencia de clase, la raza o el género; relaciones de poder determinantes de la vida en común⁴⁷. Este marco es propicio para que germinen y crezcan políticos profesionales con altas dosis de personalismo que buscan, en apariencia, la omisión de la disputa política.

Por otra parte, la aplicación del concepto de hiperpolítica tiene desafíos que conviene explicitar. Reconocer los límites del término no debilita la propuesta analítica; al contrario, delimita su campo de validez y contribuye a una aplicación más precisa del mismo. En este sentido, el principal problema del concepto se encuentra en que, dado su origen filosófico, implica un nivel de abstracción e interpretación que dificulta la traducción en indicadores empíricos estandarizados. Este artículo procura resolverlo con una definición operativa.

Además, si bien la hiperpolítica se centra en un análisis de alcance histórico y en tendencias culturales, su amplitud genera limitaciones en torno a su aplicabilidad, ya que demanda especificaciones para cada caso a estudiar, corriendo el riesgo de banalizar principios en pos de su uso empírico. A su vez, esto implica que los resultados de las reflexiones que parten del término no confluyen hacia generalizaciones, sino a explicitar tendencias de una dinámica político-cultural general, que es aplicada a un caso específico. Por último, el término puede relegar la importancia de la aplicación de estrategias

⁴³ MOUFFE (2005 pp. 11-23; 2009 p.144).

⁴⁴ BROWN (2016) p. 158.

⁴⁵ BROWN (2023) p. 39-40.

⁴⁶ BROWN (2023) p. 39-40.

⁴⁷ BROWN (2023) p. 122.

políticas centradas en el marketing y la comunicación política, tal como se utilizan en la democracia contemporánea. Aun así, explicitar un marco crítico de estas cuestiones resulta relevante para entender el alcance de estos fenómenos.

En la siguiente sección, el artículo da cuenta de ciertas características del Uruguay. El objetivo es evidenciar cómo algunos comportamientos de la opinión pública podrían abonar lógicas vinculadas a la hiperpolítica. Aunque no es propicio justificar relaciones lineales entre análisis empírico y reflexión teórica, es imprescindible asumir la materialidad de los conceptos.

3.2. Las dimensiones de un diagnóstico local: contextualizando la propuesta de Ojeda

Uruguay presenta un régimen presidencialista con un mandato fijo de cinco años. El ciclo electoral del país se inicia el último domingo de junio con las primarias obligatorias para los partidos políticos, que buscan competir por la presidencia de la República y por bancas en el Poder Legislativo el último domingo de octubre, en la primera vuelta. En las elecciones internas no se vota una fórmula presidencial, sino un candidato; mientras que en la primera vuelta se vota, simultáneamente, candidatos a la presidencia y representantes legislativos. Desde 1996, el país cuenta con un sistema de balotaje o segunda vuelta que se activa en caso de que ninguno de los partidos en competencia electoral en octubre acceda al 50% más uno de los votos válidos. Este aspecto se vuelve muy exigente para los partidos políticos y por ello es excepcional el triunfo en primera vuelta. Por esta razón, los dos candidatos más votados de los partidos más votados vuelven a competir. Los partidos políticos uruguayos son fuertes y la uruguaya es una democracia de partidos⁴⁸.

En las elecciones de octubre de 2024 los partidos pequeños fueron protagonistas: se desplomó Cabildo Abierto (CA) -agrupación creada en 2019- e irrumpió Identidad Soberana (IS). Sin embargo, alrededor del 90% de los votos a partidos tuvieron como destino uno de los tres tradicionales: el FA (46,2%), el PN (28,2%) y el PC (16,9%). Mientras que en Latinoamérica la caída fue sostenida hasta llegar a una división pareja del electorado con y sin identificación partidaria, en Uruguay el declive entre 2010 y 2020 es “moderado en términos relativos y absolutos”⁴⁹.

En la última campaña nacional de cara a la elección de legisladores y presidente, dos hechos fueron sobresalientes: la irrupción de IS (con dos bancas en la Cámara Baja) y la campaña presidencial de Ojeda. La tabla 1 muestra los resultados de las elecciones de octubre y noviembre de 2024 con relación a las de 2019. Da cuenta, además, del acceso a bancas en el Congreso por partido político (Tabla 1).

⁴⁸ CHASQUETTI y BUQUET (2004) pp. 221-247; LANZARO (2024) pp. 37-77.

⁴⁹ PORZECANSKI (2024) p. 484.

Tabla 1. Resultados de elecciones nacionales en Uruguay: octubre y noviembre 2019 versus octubre y noviembre de 2024 y distribución de bancas en la Cámara de Senadores y Cámara de Diputados (Representantes)

Año	Octubre 2019			Noviembre 2019	Octubre 2024			Noviembre 2024
Partido Político	Total partido	Cámara de Senadores (Número de bancas)	Cámara de Diputados (Número de bancas)		Total partido	Cámara de Senadores (Número de bancas)	Cámara de Diputados (Número de bancas)	
Partido Frente Amplio	39,3%	13	42	47,3%	43,9%	16	48	49,84%
Partido Nacional	28,8%	10	30	48,8%	26,7%	9	29	45,87%
Partido Colorado	12,4%	4	13		16,03%	5	17	
Partido Cabildo Abierto	11,1%	3	11			0	2	
Partido Independiente	0,97%	0	1		0,97%	0	1	
Partido de la Gente	1,08%	0	1		-	-	-	
Partido Ecologista Radical Intransigente	1,38%	0	1		0,38%	0	0	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Unidad de Métodos y Acceso a Datos (FCS - UdelaR).

A los efectos de este artículo importa centrarse en el desempeño electoral del PC. El gráfico 1 muestra su desempeño desde las elecciones de 1942 hasta 2024. La caída de 20 puntos en las elecciones de 2004 fue traumática. Desde ese momento nunca pudo remontar su caudal electoral (Gráfico 1).

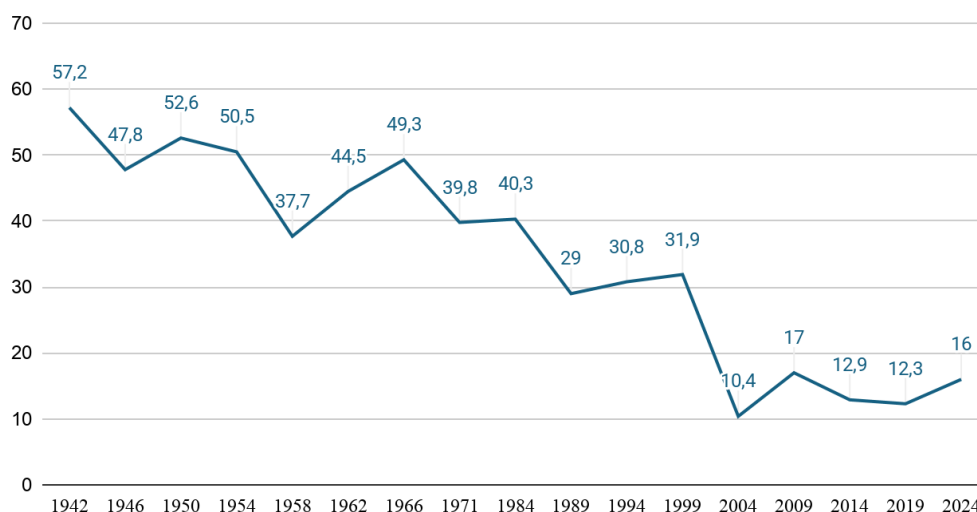


Gráfico 1. Evolución del desempeño electoral del Partido Colorado, 1942-2024

Fuente: elaboración propia a partir de datos de *Lo que queda* (2025) y Corte Electoral del Uruguay.

Luego de su último triunfo electoral en 1999, alcanzado gracias al apoyo del PN que formó parte del gobierno y se retiró luego de la crisis financiera de 2002, el PC nunca alcanzó el 20% de los votos. En ese contexto, las elecciones de 2024 se presentaban como una oportunidad para su reconstrucción electoral con la aparición de Ojeda.

Antes de aproximarse a las propuestas del candidato, es relevante mencionar algunas de las principales características del Uruguay contemporáneo. De acuerdo con el informe 2024 del Latinobarómetro⁵⁰, la uruguaya es la única democracia sólida en América Latina⁵¹. Sin embargo, existen señales sobre las que resulta pertinente detenerse.

La seguridad ciudadana es uno de los problemas más acuciantes identificados por los uruguayos. Diez de los 17 países relevados en el Latinobarómetro declaran que su principal problema es el económico, uno que es la “Política” y otro que son las “Políticas sociales”. Sólo cinco señalan que es la “Seguridad”, entre los que se encuentra Uruguay. Este tema atravesó a la opinión pública de la región en tanto “gran parte del territorio está alerta y tiene miedo a ser víctima de un delito”⁵².

Los datos del Latinobarómetro se condicen con las opiniones relevadas y analizadas por la consultora de opinión pública uruguaya CIFRA. En abril de 2024, la consultora relevó las respuestas espontáneas de los uruguayos a la pregunta “¿Cuál es el principal problema del Uruguay?”, a la que el 47% respondió que era la seguridad. Esta identificación se tradujo en las agendas programáticas de los partidos que compitieron en las elecciones de 2024. Sin excepciones, todos los candidatos y partidos dedicaron buena parte de sus programas e intervenciones públicas al tema. Por tal razón, académicos y expertos advirtieron que la seguridad era abordada como un botín electoral y no como una problemática estructural del país. A propósito, señalaron que las propuestas de políticas públicas en torno a la temática

⁵⁰ Más datos y detalles pueden encontrarse en: www.latinobarometro.org

⁵¹ LATINOBARÓMETRO (2024) p. 1-47.

⁵² LATINOBARÓMETRO (2024) p. 23.

de todos los partidos políticos en competencia carecían de evidencia científica y redundaban en fórmulas de cuestionable éxito, como el incremento del número de agentes policiales, el aumento de penas y la construcción de más cárceles⁵³.

En las elecciones de octubre de 2024 también se plebiscitó una propuesta de reforma constitucional para la habilitación de allanamientos nocturnos en hogares por parte de la policía. El Frente Amplio (FA) y algunos sectores dentro del PN y PC la rechazaron y sugirieron a sus votantes no acompañarla. La figura 2 da cuenta del contenido (Figura 2).



Figura 2. Propuesta de Reforma Constitucional

Fuente: Corte Electoral del Uruguay.

Ojeda acompañó la iniciativa impulsada en 2024. Esto fue un cambio respecto a su trayectoria. En 2019, el PN había promovido otra propuesta de reforma constitucional, denominada “Vivir sin miedo”. En esa oportunidad, Ojeda —que aún no había desarrollado un perfil de político— se opuso y señaló: “Es como que uno reforme toda la casa para cambiar un azulejo de un baño”⁵⁴. Consultado en 2024 por el cambio de postura, Ojeda dijo:

“la restricción actual de no permitir allanamientos nocturnos en viviendas otorga una garantía a aquellos que esconden drogas, permitiendo que, si alguien guarda 20 kilos de estupefacientes en el salón de una casa, no será detectado durante la noche (...). Quiero eliminar esa garantía (...). No es una solución mágica, en eso estamos de acuerdo”⁵⁵.

⁵³ ROJIDO (2024) p. 1.

⁵⁴ DEL SOL (2019) p. 1.

⁵⁵ BISTOLETTI (2024) p. 1.

Si bien las propuestas plebiscitadas en 2019 y 2024 no contaron con el respaldo de la ciudadanía para ser aprobadas, la seguridad es un problema que ha atravesado la agenda de todos los partidos políticos, elección tras elección.

Por otra parte, Uruguay presenta desafíos en materia de pobreza y desigualdad. El 18,9% de la población vive en situación de pobreza multidimensional⁵⁶. La desigualdad, en función de las cifras del coeficiente de Gini, fue de 0,39 para 2023. Además, los ingresos que obtuvo el 10% de mayores ingresos en 2023 fueron 11,7 veces superiores a los que percibió el 10% de menores ingresos. El aumento de la desigualdad durante la pandemia no solo se revirtió parcialmente, sino que mantiene una tendencia creciente⁵⁷.

A su vez, un dato económico que condiciona fuertemente la identidad de las personas y aumenta drásticamente las probabilidades de ser pobre es la informalidad laboral⁵⁸. Durante 2024, el 22,5% de los trabajadores no estaba registrado en el sistema de seguridad social, cifra que es levemente mayor en hombres que en mujeres⁵⁹. Estos elementos configuran un escenario propicio para lo descrito por Luna en referencia a las modificaciones en los niveles de tolerancia al fracaso de las sociedades y sujetos latinoamericanos:

A nivel individual, es evidente que nuestra tolerancia al fracaso y nuestra capacidad de esperar una compensación por nuestros esfuerzos se ha reducido drásticamente. Nos aburriríamos rápido, vivimos en una permanente fuga hacia adelante, buscando satisfactores que pierden sentido cuando los alcanzamos. Esto implica que, a nivel social y político, los tiempos se han comprimido brutalmente, lo que ha reducido la capacidad de las instituciones de mediar entre lo individual y lo colectivo (...) Por ejemplo, la escuela y la promesa de la educación; la aspiración a la vivienda propia; el mundo del trabajo; o los bienes públicos en que eventualmente podrían encontrarse los diferentes⁶⁰.

En este marco, los desafíos que enfrentan instituciones sustantivas como los Congresos o la Justicia no son menores. Los uruguayos ocupan el segundo lugar en confianza al Poder Judicial con el 50%, solo detrás de los salvadoreños con un 51%⁶¹. En los restantes países de la región, la confianza es inferior al 50%. En términos generales, la percepción de falta de acceso a la justicia no permite elevar la confianza en el sistema judicial. En términos comparados, Uruguay ocupa un lugar relativamente privilegiado respecto a las percepciones sobre la democracia, la confianza en las instituciones y en los partidos políticos en Latinoamérica. No obstante, algunos datos muestran señales de alerta ya que funcionan como ventanas de oportunidad para ofertas electorales asentadas en virtudes personales de los políticos, como el caso de Ojeda. En la siguiente sección, el análisis se detiene en las características más salientes del excandidato por el PC y en aspectos centrales de su propuesta.

⁵⁶ Estas personas están privadas en 4 o más de los 15 indicadores que integran las dimensiones de educación, condiciones habitacionales, servicios básicos del hogar, protección social y empleo (pobres multidimensionales). Medida por el método del ingreso, la pobreza alcanza al 9,1% de la población (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA 2025) p. 2.

⁵⁷ CEPAL (2023).

⁵⁸ Los trabajadores “informales” o precarizados no están registrados en los sistemas de protección social y, por lo tanto, no tienen derecho a los beneficios asociados a la seguridad social (INSTITUTO CUESTA DUARTE 2022) pp. 1-30.

⁵⁹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2024) p. 2.

⁶⁰ LUNA (2024) p. 25.

⁶¹ LATINOBARÓMETRO (2024) p 1-47.

3.3 La propuesta de Ojeda: el narcisismo como un camino hacia el vaciamiento ciudadano

Cuando la Convención Nacional del PC ratificó la fórmula presidencial de Ojeda y Robert Silva (precandidato a la presidencia por el PC que quedó en segundo lugar en las elecciones internas), el primero señaló que era el día más trascendente de su vida y era, al mismo tiempo, la elección más importante del siglo para su partido político porque estaban logrando unir modernidad con tradición.

Ojeda buscó construir su imagen y discurso político mediante la utilización de un lenguaje espontáneo y llano, al tiempo que reivindicó su novedad y su rol como político renovador y portador de modernidad. En el marco de su discurso durante la campaña electoral, hizo énfasis en el concepto de “nueva política”, en la relevancia de que era un candidato moderno que estaba alejado de concepciones asociadas a la vieja política y que irrumpía para hablar de temas actuales. De hecho, en el discurso que dio durante la citada Convención, señaló que algunas discusiones le quedan alejadas a la “gente” y a él. Allí indicó que “izquierda-derecha” y “capitalismo-comunismo” eran dicotomías obsoletas y distantes de las problemáticas cotidianas.

Esta crítica de los clivajes tradicionales no constituye meramente un eslogan de campaña; es una manifestación empírica del vaciamiento ideológico que Brown asocia con la racionalidad neoliberal, donde la gestión sustituye a la política. Además, al declarar que las grandes narrativas ideológicas son obsoletas, el discurso de Ojeda se sitúa en ese reino de la confusión que menciona Sloterdijk, donde la política ya no está centrada en una referencia ideológica, sino en una renovación estética amparada en otro tipo de valoraciones, como el pragmatismo. De hecho, la forma de mirar el mundo que Ojeda propuso fue la del futuro, lo nuevo, la renovación y la esperanza.

La discusión entre las dicotomías moderno-antiguo, nuevo-viejo y cambio-continuidad no es, a pesar del esfuerzo de Ojeda, novedosa en el campo de las ideas políticas en general y de las campañas electorales en particular⁶². Lo interesante en el caso del excandidato del PC es cómo utilizó la noción de novedad para entablar un vínculo con el ciudadano. Usó el concepto “nuevo” para señalar que “el mundo cambió, la sociedad cambió. Hoy tenemos nuevos problemas y nuevas realidades, que reclaman una nueva visión y un nuevo liderazgo y presidente”⁶³. La idea de nueva política que pregonó Ojeda se alineó con una valoración moral, en la que se alineaba que ser nuevo implica ser bueno *per se*.

Asimismo, se presentó como un acto de consumo: es posible, deseable y bueno consumir algo nuevo, porque es nuevo. En una entrevista, Ojeda dijo: “Te voy a citar una frase de [Jaime] Durán Barba⁶⁴ que dice que la política se dejó de escuchar para verse en su totalidad”⁶⁵. Esta frase llegó tras un intercambio entre Ojeda y el entrevistador sobre el estado físico del presidenciable y su situación sentimental. La entrevista derivó en preguntas sobre si tenía pareja o no, cuán atractivo era para las mujeres y cuándo comenzó a ir al gimnasio. Así, Ojeda, al pararse sobre la novedad que traía consigo, le otorgó al concepto de *nueva política* un sentido muy personalista, donde lo que se consumía era él. Este desplazamiento del debate programático hacia una estética de un candidato-objeto ilustra la configuración

⁶² PERDOMO (2018) pp. 35-50.

⁶³ PARTIDO COLORADO (2024) p. 31.

⁶⁴ Consultor y asesor político ecuatoriano. Fue asesor de Mauricio Macri, expresidente de Argentina entre 2015 y 2019, entre otras figuras políticas latinoamericanas.

⁶⁵ AZUL FM (2024) p. 1.

de la ciudadanía vacía, en la que el valor del político se constituye por intermedio del estilo de vida, al tiempo que el consumo personalista desplaza la deliberación pública.

Es posible vincular el caso de Ojeda con lo señalado por Brown cuando indica que un signo de la actualidad es la constatación de que “un actor político se convierte en la causa y no en un instrumento para luchar por ella”⁶⁶. Así, “la reflexión, el desapego, la moderación y, sobre todo, la responsabilidad desaparece y el deseo de poder ocupa el rol principal”⁶⁷. Ojeda no era un vehículo para el acceso al poder por parte del PC: era en sí mismo un objeto de poder.

De hecho, en una especie de protagonismo desbocado, Ojeda buscó instalar su figura y su nombre por encima de la estructura partidaria. El 10 de julio de 2024, una publicación del diario El Observador titulaba: “Andrés Ojeda renovó la imagen de su campaña: gráfica ‘despartidizada’ y con ‘estética de Netflix’”⁶⁸. En función de lo publicado en la nota de prensa, desde el comando de campaña se buscó dar la imagen de un candidato “moderno y novedoso” y que la postulación no se “limita a lo partidario”. “Se buscó que estuviera despartidizado y que el concepto de *presidente* pasara a tener un lugar *central* en la estética”, se detalló en el artículo (Figura 3).

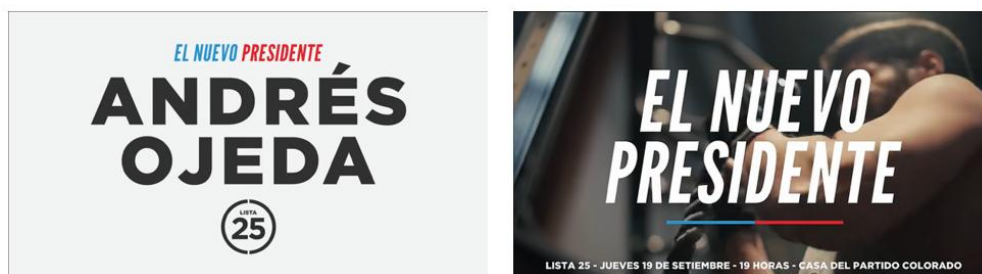


Figura 3. Ejemplos de la estética despartidizada de Ojeda

Fuente: Elaboración propia.

En ese sentido, aquí se argumenta que la campaña de Ojeda apeló al narcisismo como lo define Brown:

(...) El narcisismo es una industria en auge en esta época, como lo es cultivar y satisfacer los apetitos. Si todo valor es despreciado (la verdad), solamente las gratificaciones inmediatas y la seguridad siguen siendo atractivas. En la actualidad (...) la absorción en el yo, en sus deseos y en su seguridad coincide estrechamente con la racionalidad gobernante (...) del neoliberalismo (...) ⁶⁹.

Este aspecto es observable en la figura 4. Son dos registros fotográficos que lo muestran en las primeras páginas del Programa de Gobierno del PC denominado “Contrato con Uruguay”. Allí se insiste en dos *claims* (“el nuevo Presidente” y “la renovación avanza”) sobre una foto solitaria del expresidenciable. Tampoco aparece su candidato a vicepresidente ni otras imágenes representativas del país. Además, se omite explícitamente el nombre “Partido Colorado” con el objetivo de potenciar la figura

⁶⁶ BROWN (2023) p. 48.

⁶⁷ BROWN (2023) p. 48.

⁶⁸ SORAVILLA (2024) p. 1.

⁶⁹ BROWN (2023) p. 36.

del candidato y centrar la atención en su persona. En la figura 5, se muestran algunas publicaciones en su cuenta personal de Instagram (Figuras 4 y 5).



Figura 4. Imagen utilizada como portada del Programa de gobierno del Partido Colorado

Fuente: Elaboración propia.



Figura 5. Imágenes publicadas en su cuenta de Instagram

Fuente: OJEDA (2024a)

Como otra muestra de renovación, Ojeda hizo su jingle de campaña con inteligencia artificial. Según su propia opinión, la clave de las piezas musicales es hacerlas “cortas”, con “pocas palabras” y una “música simpática”. En síntesis, la pieza musical decía, y repetía, lo siguiente: *“Andrés Ojeda, el nuevo presidente... La fuerza y el futuro... El nuevo presidente... El nuevo presidente... La fuerza y el futuro... El nuevo presidente...”*.

Si bien Instagram fue una de las redes sociales más utilizadas por el candidato, el salto cualitativo del uso de su imagen como producto y discurso fue la publicación de una serie de spots de campaña a los que el electorado uruguayo no estaba acostumbrado. El primero se trató de un ping-pong de preguntas y respuestas titulado “Andrés Ojeda. El nuevo presidente”⁷⁰. Tiene una duración de 47 segundos y algunas de las preguntas que se le hacen al excandidato, mientras realiza su rutina en el gimnasio, son: “¿Signo?” (refiere al signo del horóscopo); “¿película?” “¿música?” “¿mascota?” El video fue publicado el 10 de setiembre y en pocas horas obtuvo miles de reproducciones.

El segundo spot se denominó “Familia multiespecie” y fue publicado en Instagram el 6 de octubre de 2024, 21 días antes de las elecciones nacionales de octubre. En una sucesión de imágenes de familias, principalmente blancas y heteronormativas, aparecen gatos y perros y la voz en *off* de Ojeda diciendo: “*La sociedad cambió, la familia cambió. Hoy tenemos familias multiespecie. A nuestros padres, hijos y abuelos, hoy se suman nuestras mascotas. Ellos son parte de nuestro hogar. A estos nuevos miembros los vamos a proteger y cuidar, a los que integran nuestra familia*”.

El énfasis de Ojeda en su rutina de gimnasio funciona como una puesta en escena de la insularización del sujeto que describe Sloterdijk, que desplaza una configuración colectiva por el estilo de vida individual. En el proceso de la construcción de hiperidentidades, se busca al individuo insularizado en el marco de su visión identitaria. En ese mundo que quedó tras la pérdida de la verdad —con hechos que carecen de dignidad—, cada sujeto va buscando la suya, trivializando su propio valor⁷¹; el vacío se llena con esas construcciones huecas con las que se abona el repliegue masivo hacia lo trivial, lo inmediato y lo personal. Ambos spots pueden vincularse con los movimientos advertidos por Brown: “las marcas identificadas con el feminismo, el antirracismo, el anticolonialismo y el género no normativo, por un lado, y con Dios, las familias heteronormativas y el patriotismo, por otro, reflejan valores que se han vuelto huecos o convertidos en charlatanería”⁷².

El último caso de la campaña de Ojeda que se compartirá es el de la reproducción por YouTube del acto de cierre de su campaña en el que se utilizaron *bots*, un programa de software diseñado para automatizar tareas repetitivas o imitar el comportamiento humano en una red, sin la intervención humana directa. Allí, Ojeda afirmó, entre otras cuestiones, que quería “ser el candidato que entusiasme y enamore”. Después de casi dos horas de acto transmitido por YouTube, el expresidenciable celebró en su cuenta de X las visualizaciones alcanzadas. En su publicación decía:

Gracias a las casi 40.000 personas que se conectaron en vivo a nuestro acto central de campaña. Un estadio de fútbol repleto nos miró por YouTube en vivo. No es la mayoría silenciosa, es la verdadera revolución digital. La nueva política llegó para quedarse⁷³

⁷⁰ UNIR PARA CRECER (2024a) p. 1.

⁷¹ El asesor de Ojeda, Aleix Sanmartín, se refiere a sí mismo como un defensor de las campañas electorales negativas. Su trabajo se basa en la teoría del discurso, una teoría político-sociológica que se sustenta en cuatro pilares: la sociedad es narrativa; la hegemonía es la forma de acción política en las sociedades democráticas; la hegemonía se articula a través del mensaje; y el discurso se construye a través de la narratología (CAYOTA 2024) p. 1.

⁷² BROWN (2023) p. 34.

⁷³ OJEDA (2024b) p. 1.

El posteo iba acompañado de una captura de pantalla que registraba la cifra de vistas: 38.742. Acto seguido, se difundieron imágenes de las intervenciones de los bots (Figura 6).

-  НИКИТА НИКИТА Andres y partido color ado ser mejor opción par derrotar las fake noticas malignas
-  Jay_mahakali_officel_51 Frente Ampliar es sinónimo de robo en país todos izquierda.
-  Bhajjaan0786 Andres y partido color ado ser mejor opción par derrotar las fake noticas malignas
-  SHARANJEET KAUR Andres todo pueblo Uru Wayo apoyar al presidente nuevo.
-  animation videos only kegagalan bot, coba lagi
-  Promax Boy Afuera Frente Ampliar mafiar y corrupción no mas en país nuestro
-  Name,Chandan,raj Partido Color Ado somos lo nuevo. Nuevo Presidente ser Andres mejor de todo, viva partido color Ado
-  own learn Ojeda Andres ser persona honor para gobernar país, renovar política y terminara dictadura izquierda

Figura 6. Presencia de los bots en YouTube

Fuente: LARED21 (2024)

Ojeda negó haber contratado bots para aumentar las visualizaciones y en su lugar señaló que había sido una operación política de sus competidores políticos para deslegitimar su rol como candidato. Este episodio se trata no solo de una devaluación de la verdad como tal, sino como un mecanismo de negación insólita y de producción de confusión, donde la mentira encuentra su lugar. Ante la verdad como una construcción propia, que ingresa en el marco de la identidad, negar un hecho se vuelve una mera cuestión narrativa: lo que un individuo dice queda en oposición contra lo que dice otro. El hecho, y por ende la verdad, pasa a un segundo plano. Es un reino de la confusión, al decir de Sloterdijk; y un espacio propicio para el auge del nihilismo, según Brown:

En una era nihilista, la verdad, sostiene Nietzsche, se devalúa junto con cualquier otro valor. Más allá de quedar debilitada estratégicamente por la propaganda, fusionada con el comercio, manipulada por demagogos oportunistas o por granjas de troles rusos y destrozada por el impulso del clickbait, la verdad —y sus primas hermanas: la honestidad, la integridad y la responsabilidad— no puede sobrevivir a la degradación y deterioro del valor⁷⁴.

La devaluación del valor de la verdad en el caso de Ojeda es clara, no solo por la construcción de su figura como elemento central de su política, donde él era la renovación y lo nuevo, sino también por la construcción narrativa simplista: en la última publicidad oficial que emitió en canales de televisión,

⁷⁴ BROWN (2023) p. 35.

YouTube y redes sociales antes de procesarse la veda electoral de cara a las elecciones de octubre, decía que era el único candidato que podía ganarle a la fórmula Yamandú Orsi y Carolina Cosse⁷⁵. Esa sentencia era engañosa, ya que ninguna encuesta con confianza estadística consideraba una posibilidad de triunfo de la fórmula del PC sobre la del FA. Los resultados de los comicios mostraron, finalmente, que Ojeda quedó en tercer lugar.

El excandidato del PC utilizó lógicas comunicacionales dicotómicas en su campaña presidencial, centrándose en lo “nuevo” en contraposición a lo “viejo”, con el fin de distanciarse de la tradicional clasificación “izquierda-derecha” o “capitalismo-comunismo”. Por mencionar un ejemplo claro y llamativo, y sin intención de comparar a ambos políticos, Trump ha creado distinciones que giran en torno al “bien” y al “mal”. Esta estrategia política comunicacional, con el deterioro de la verdad como valor y con un espacio vacío que llenar, es adaptable a cada país y encuentra resquicios para explotar características idiosincráticas: en el caso de la política uruguaya, se trató de renovación o estancamiento. La “nueva política” de Ojeda apelaba a una dicotomía moral que procuraba, entre otros resultados, la polarización afectiva del electorado⁷⁶.

4. Conclusiones

Reflexionar sobre el desempeño de un candidato durante la campaña electoral uruguaya desde la teoría política se justifica, como señalan Ravecca y Rossello, en el hecho de que “ejercer el pensamiento en su profundidad parece en sí mismo una forma de resistencia a la banalidad neoliberalizada en que la vida personal, colectiva y académica está inmersa hoy”⁷⁷. El estudio desde esta visión supone inmiscuirse en lógicas de funcionamiento sistémico más profundas, que buscan desentrañar las razones que están inmersas en las visiones que subyacen al propio sistema democrático o al neoliberalismo. Este análisis permite poner en evidencia y entender las razones y decisiones por las que la política y sus actores se comportan de la manera que lo hacen y ofrecen lo que ofrecen. En esencia, se trata de una mirada sustantiva para comprender los fenómenos actuales que, por momentos, desbordan los análisis más tradicionales.

Uruguay presenta datos alentadores en la región respecto a la confianza en las instituciones desde la opinión pública. Sin embargo, posee valoraciones controvertidas respecto al principal problema del país (seguridad) y sobre la Justicia. En ese contexto, el escenario político también comienza a mostrar transformaciones. De manera lenta, a su ritmo y a su modo, Uruguay procesa cambios que ya son visibles en la región: el personalismo político se hace presente. Como suele ocurrir en el país, este fenómeno adopta una forma amortiguada, pero no por ello deja de ser significativo. La apuesta de Ojeda fue en ese sentido. Con los datos y resultados de las elecciones ya procesados, es posible catalogar la propuesta del excandidato de prematura. Aun así, es pertinente considerar la audacia de sembrar una semilla personalista capaz de ser cultivada dentro de algunas elecciones.

Entonces, ¿a quién se dirigió Ojeda? ¿Cuál es ese ciudadano que puede sentirse atraído por su idea de novedad y renovación? Es posible ensayar, al menos, dos lecturas. Una: el candidato buscó interpelar a votantes cuya noción de ciudadanía se configura en el marco de la racionalidad neoliberal, atravesada

⁷⁵ UNIR PARA CRECER (2024b) p. 1.

⁷⁶ TORCAL y HARTEVELD (2025) p. 482.

⁷⁷ RAVECCA y ROSSELLO (2020) p. 121.

por la primacía de valores económicos, individuales y narcisistas. Dos: apuntó a sujetos que encarnan el avance de lo hiperpolítico, un tipo de ciudadano que, en su relación con la actividad política, se muestra crecientemente desinteresado de las lógicas tradicionales, agotado de lo “viejo” y con escaso apego a la dignidad de los hechos. Esto, en un contexto en el que la verdad ocupa un lugar cada vez más marginal en la construcción de su subjetividad política.

Así, este movimiento tiene implicancias en la esfera política porque trae consigo una visión particular de lo que es y se espera de la ciudadanía, en particular, pero también de lo que representa un actor político. Brown sostiene que, al reemplazarse la preocupación de una ciudadanía definida con el bien público por una ciudadanía que es reducida a un espacio económico, se diluye la idea de un pueblo que afirma su soberanía política de modo colectivo, conectada a los asuntos públicos más sustanciales. En este vaciamiento con respecto a lo común, el espacio queda libre para llenarse con nuevos sentidos. Así, por mencionar un ejemplo, el contenido de lo espectacular entra en lugar de lo ideológico. En la nueva política de Ojeda se aprecian características de una propuesta que excluye lo propiamente político, que pretende ubicarse más allá de lo ideológico, pero también de lo social, y que aleja el conflicto de la arena política y vacía a sus receptores. Sin embargo, esa propuesta aparentemente inocua está politizada y se vincula al concepto de hiperpolítica: una trivialización que politiza cuestiones de gusto que se hacen pasar por política.

Siguiendo la línea de Sloterdijk, el discurso político de Ojeda no solo cobró relevancia por su impronta y sus llamativos spots publicitarios, sino porque encontró una línea argumentativa en la relación que el sujeto actual mantiene con la política, donde hay un distanciamiento de la consideración de sí mismo como sujeto político. De hecho, en un evento durante su campaña, Ojeda dijo: “nadie empatiza con un humano que no es real. Al final, creo que ser genuino y auténtico no solo es mejor para uno, sino que es mejor hasta para los intereses electorales”⁷⁸. La cuestión pasa por *parecer*, por ser consumible y por crear una imagen de autenticidad que acompañe no ya una consigna política, porque eso es lo viejo, sino simplemente a la propia imagen que representa el candidato.

Así, la política ingresa en una lógica de consumo que se orienta, fundamentalmente, a la comunicación acelerada y que se fragmenta para encontrar su consumidor ideal. Lo hace especialmente ante un ciudadano, por seguir los términos de Sloterdijk, insularizado, despolitizado, vaciado y que está continuamente estimulado y expuesto a llenarse de conceptos de fácil apropiación, como el de nueva política. En ese contexto, valores como la verdad se deprecian y permiten un agravamiento de la vocación depredadora del neoliberalismo sobre la democracia. Las preguntas que quedan planteadas, entonces, son cuatro: i. cuál es el comportamiento, en términos comparados, de las dimensiones propuestas para la hiperpolítica en otros contextos latinoamericanos; ii. Cómo se articula el vínculo entre hiperpolitización y razón neoliberal, teniendo en cuenta sus variaciones históricas y sus efectos sobre la calidad de la representación democrática en Uruguay; iii. Cómo reflexionar sobre este presente sin aislarlo de procesos de más larga duración y causas estructurales (desigualdad crónica, crimen organizado, desindustrialización, precariedad laboral, etc.) para evitar las explicaciones “de excepción”; iv. Cómo construir análisis teóricos-políticos que le escapen al fatalismo apocalíptico o la idea de revolución total.

En definitiva, el artículo no solo propone una lectura situada del caso uruguayo, sino que aporta a la literatura revisada en al menos dos planos. En primer lugar, traduce operativamente un concepto denso

⁷⁸ OJEDA (2024b) p. 1

filosóficamente, como el de hiperpolítica, en dimensiones analíticas, ofreciendo una herramienta que permite su utilización en estudios empíricos sin separarlo de su construcción teórica. En segundo lugar, genera una articulación del diagnóstico ontológico con la crítica de la racionalidad neoliberal que desarrolla Brown, mostrando cómo la mutación en la experiencia de lo común encuentra su correlato en la producción histórica de subjetividades económicas. En esta intersección, el artículo propone una forma de abordar el personalismo desde las transformaciones más profundas de la subjetividad democrática.

Reseña de los autores:

Camila Zeballos Lereté: licenciada en Ciencia Política por la Universidad de la República, Magíster en Ciencias Humanas (opción Estudios Latinoamericanos) y candidata a Doctora por la Universidad Torcuato di Tella. Correo electrónico: camila.zeballos@cienciassociales.edu.uy.

Martín Aguirregaray Ponte: licenciado en Ciencia Política por la Universidad de la República y maestrando en Filosofía para los Retos Contemporáneos en la Universitat Oberta de Catalunya. Correo electrónico: maguirregaray@uoc.edu.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Los autores han participado en la redacción del trabajo y análisis de los documentos.

Fuente de financiamiento:

La investigación fue financiada con recursos propios.

Referencias bibliográficas

- ALONSO, Andoni; ARZOZ, Iñaki (2005): “La república hiperpolítica. La política en la era de la cibercultura y la mundialización”. En *Pliegos de Yuste: Revista de Cultura y Pensamiento Europeos*, año. 3, pp. 95-106. Disponible en: <https://www.academia.edu/81992571/La_Rep%C3%BAblica_hiperpol%C3%ADtica_la_pol%C3%ADtica_en_la_era_de_la_cibercultura_y_la_mundializaci%C3%B3n>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].
- ANSORENA, Javier (2023): “*Trump en el arranque de su campaña presidencial: “No vienen a por mí, van a por vosotros”*”. Disponible en: <<https://www.abc.es/internacional/trump-arranque-campana-presidencial-vienen-van-20230326080437-nt.html>> [Fecha de consulta: 09 de 07 de 2025].
- BONNER, Michelle (2019): *Tough on Crime: The Rise of Punitive Populism in Latin America* (Pittsburgh, University of Pittsburgh Press). Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/j.ctvp2n2df>>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].

- BROWN, Wendy (2010): “Political Theory is Not a Luxury: A Response to Timothy Kaufman-Osborn’s ‘Political Theory as a Profession’”. En *Political Research Quarterly*, año. 63, N° 3, pp. 680-685. Disponible en: < <https://www.jstor.org/stable/25747968>>. [Fecha de consulta: 06 de 07 de 2025].
- BROWN, Wendy (2016): *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo* (Madrid, Malpaso Ediciones). p. 222 Disponible en: < https://www.academia.edu/91808056/Wendy_Brown_El_pueblo_sin_atributos_La_secreta_revolution_del_neoliberalismo>. [Fecha de consulta: 08 de 06 de 2025].
- BROWN, Wendy (2021): *En las ruinas del neoliberalismo. El ascenso de las políticas antidemocráticas en Occidente* (Madrid, Traficantes de Sueños y Futuro Anterior / Tinta Limón). Disponible en: < https://www.google.com/cu/books/edition/En_las_ruinas_del_neoliberalismo/FHGWzwEACAAJ?hl=es>. [Fecha de consulta: 08 de 06 de 2025].
- BROWN, Wendy (2023): *Tiempos nihilistas. Pensando con Max Weber* (Madrid, Lengua de Trapo). p 122. Disponible en: < <https://www.polifemo.com/libros/tempos-nihilistas-pensando-con-max-weber/276417/>>. [Fecha de consulta: 06 de 07 de 2025].
- CEPAL (2023): *Panorama Social de América Latina y el Caribe 2023: la inclusión laboral como eje central para el desarrollo social inclusivo* (Santiago de Chile, CEPAL). Disponible en: <<https://www.cepal.org/es/publicaciones/68702-panorama-social-america-latina-caribe-2023-la-inclusion-laboral-como-eje-central>> [Fecha de consulta: 26 de 08 de 2026].
- CHASQUETTI, Daniel; BUQUET, Daniel (2004): “La democracia en Uruguay: una partidocracia de consenso”. En *Política*, N° 42, pp. 221-247. Disponible en <<https://www.redalyc.org/pdf/645/64504211.pdf>>. [Fecha de consulta: 11 de 12 de 2025].
- CINGOLANI, Luciana (2010): “Partidos políticos y sistemas de partidos”. En AZNAR, Luis; DE LUCA, Miguel (coords.), *Política. Cuestiones y problemas* (Buenos Aires, Cengage Learning), pp. 217-227. Disponible en < <https://www.ics.ulisboa.pt/file/4587/download?token=It8xbeC1>>. [Fecha de consulta: 09 de 09 de 2025].
- COUTURE, Jean-Pierre (2011): “Sphere Effects: A History of Peter Sloterdijk’s Political Architectures”. En *World Political Science Review*, año. 7, N° 1, p 19 Disponible en: < https://www.academia.edu/1197828/Sphere_Effects_A_History_of_Peter_Sloterdijks_Political_Architectures/>. [Fecha de consulta: 12 de 12 de 2026].
- GILAS, Karolina (2020): “Personalización del voto y la calidad de la representación política en América Latina”. Documento preparado para el Congreso 2020 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos, Guadalajara, México. Disponible en: <https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2020/05/Gilas_La-personalizaci%C3%B3n-del-voto-y-la-calidad-de-la-representaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-en-Am%C3%A9rica-Latina.pdf>. [Fecha de consulta: 05 de 06 de 2025].
- ILLOUZ, Eva (2023): *La vida emocional del populismo. Cómo el miedo, el asco, el resentimiento y el amor socavan la democracia* (Madrid, Katz). p 192 Disponible en: < <https://www.polifemo.com/libros/la-vida-emocional-del-populismo-como-el-miedo-el-asco-el-resentimiento-y-el-amor-socavan-la-democracia/281406/>>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].

- INSTITUTO CUESTA DUARTE (2022): *Informalidad. Aproximación conceptual, caracterización interna y análisis de su trayectoria reciente* (Montevideo, Instituto Cuesta Duarte). Disponible en: <<https://www.cuestaduarte.org.uy/sites/default/files/2023-01/Informalidad%20%28ICD%29.pdf>>. [Fecha de consulta: 05 de 05 de 2025].
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2024): *Informalidad y subutilización de la fuerza de trabajo*. Disponible en: <<https://www5.ine.gub.uy/documents/Demograf%C3%ADayEESS/HTML/ECH/Informalidad/Informe%20informalidad%20y%20subutilizacion%202024.html>>. [Fecha de consulta: 05 de 05 de 2025].
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2025): *Boletín técnico. Pobreza multidimensional en Uruguay*. Disponible en: <https://www5.ine.gub.uy/documents/Demograf%C3%ADayEESS/HTML/ECH/Pobreza%20IPM/IPM_html.html> [Fecha de consulta: 05 de 05 de 2025].
- LATINOBARÓMETRO (2024): *Informe 2024. Democracia resiliente*. (Santiago de Chile, AECID-IDB-CAF). Disponible en: <<https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>>. [Fecha de consulta: 03 de 04 de 2025].
- LANZARO, Jorge (2024): “Continuidad y cambios en una vieja democracia de partidos: Uruguay 1910-2010”. En *Cuadernos del CLAEH*, año. 33, N° 100, pp. 37-77. Disponible en: <<https://ojs.claeh.edu.uy/publicaciones/index.php/cclaeh/article/view/27>>. [Fecha de consulta: 09 de 09 de 2025].
- LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel (2018): *¿Cómo mueren las democracias?* (Buenos Aires, Planeta). Disponible en: <https://books.google.com.co/books/about/C%C3%B3mo_mueren_las_democracias.html?id=pJVIDwAAQBAJ&redir_esc=y>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].
- LO QUE QUEDA (2025): *Evolución de la votación de partidos*. Disponible en: <<https://sites.google.com/view/lqq/evolución-votación-partidos>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- LUJÁN, Diego; ACOSTA Y LARA, Federico (2024): “Assessing Electoral Personalism in Latin American Presidential Elections”. En *Journal of Politics in Latin America*, pp. 1-25. Disponible en: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1866802X241250034>>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].
- LUJÁN, Diego; PUIG LOMBARDI, Gonzalo; ACOSTA Y LARA, Federico (2024): “Informe final publicable de proyecto: Personalismo, estrategias de competencia electoral y democracia en América Latina”. pp 1-12. Disponible en: <https://redi.anii.org.uy/jspui/bitstream/20.500.12381/3892/1/Informe_final_publicable_FCE_3_2022_1_172600.pdf>. [Fecha de consulta: 16 de 12 de 2025].
- LUNA, Juan Pablo (2024): *Democracia muerta. Chile, América Latina y un modelo estallado* (Santiago de Chile, Ariel). Disponible en: <<https://estudiospublicos.cl/index.php/cep/article/view/2514>>. [Fecha de consulta: 16 de 12 de 2025].

- LUNA, Juan Pablo; GUZMÁN, Juan Andrés; LUNEKE, Alejandra (2025): *Democracias violentas* (Montevideo, Penguin Random House-DEBATE). Disponible en: <<https://www.penguinlibros.com/uy/tematicas/457223-libro-democracias-violentas-9789915697932?srsId=AfmBOop-NIA50Z4yQrQGQ4HmnQSIayzslIotmMXZWE3DKTad8FZzIzQl>>. [Fecha de consulta: 27 de 11 de 2025].
- MAUREIRA, Marco (2021): “Hiperpolítica. Una reflexión sobre el pensamiento esferológico de Peter Sloterdijk”. En *Ideas y Valores*, año. 70, N° 177, pp. 93-112. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00622021000300093>. [Fecha de consulta: 14 de 05 de 2025].
- MENÉNDEZ-CARRIÓN, Amparo (2019): “Revisitando un outlier. El domicilio insospechado de la excepcionalidad uruguaya”. En *Revista de Ciencias Sociales*, año. 32, N° 44, pp. 123-150. Disponible en: <<https://revistasfcs.edu.uy/index.php/rcs/article/view/688>>. [Fecha de consulta: 07 de 09 de 2025].
- MORGENSTERN, Scott (2021): “Democratic Reforms, Institutional Fixes, and Political Failures”. En *Latin American Research Review*, año. 56, N° 4, pp. 968-976. Disponible en: <<https://www.cambridge.org/core/journals/latin-american-research-review/article/democratic-reforms-institutional-fixes-and-political-failures/1D6FA57C68796BCBF5ED655CF654831F>>. [Fecha de consulta: 10 de 12 de 2025].
- MOUFFE, Chantal (2005): “Por un modelo agonístico de democracia”. En *Revista de Sociología Política*, N° 25, pp. 11-23. Disponible en: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/7071>>. [Fecha de consulta: 10 de 04 de 2025].
- MOUFFE, Chantal (2009): *En torno a lo político* (Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica). Disponible en: <https://books.google.com/cu/books/about/En_torno_a_lo_pol%C3%ADtico.html?id=akqhEAAAQBAJ&redir_esc=y>. [Fecha de consulta: 10 de 04 de 2025].
- NIETZSCHE, Friedrich [2024 (1882)]: *La gaya ciencia* (Madrid, Plutón Ediciones). Disponible en: <https://books.google.com/cu/books/about/La_Gaya_Ciencia_Spanish_Edition.html?id=2ls8tgEACAAJ&redir_esc=y>. [Fecha de consulta: 23 de 06 de 2025].
- NOSETTO, Luciano; WIECZOREK, Tomás (2021): *Métodos de teoría política. Un manual* (Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani-CLACSO). p.187. Disponible en: <<https://iigg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/22/2021/03/Metodos-de-teoria-politica.pdf>>. [Fecha de consulta: 17 de 12 de 2025].
- PALMER, Richard E. (1969): *Hermeneutics: Interpretation Theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer* (Evanston, Northwestern University Press). p. 283 Disponible en: <<https://archive.org/details/hermeneuticsinte0000palm>>. [Fecha de consulta: 17 de 12 de 2025].
- PERDOMO BATISTA, Miguel Ángel (2018): “Modernidad, historia y lenguaje. Actualidad del pensamiento ilustrado”. En *Ingenium. Revista Electrónica de Pensamiento Moderno y Metodología en Historia de las Ideas*, N° 12, pp. 35-50. Disponible en: <<http://dx.doi.org/10.5209/INGE.62418>>. [Fecha de consulta: 11 de 08 de 2024].

- PORZECANSKI, Rafael (2024): “Partidos políticos e identificación partidaria en el Uruguay reciente (1994-2022)”. En RILLA, José; YAFFÉ, Jaime (coords.), *Partidos y movimientos políticos en Uruguay. Historia y presente* (Montevideo, Crítica). p. 484 Disponible en: <https://pmb.parlamento.gub.uy/pmb/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=117256>. [Fecha de consulta: 13 de 06 de 2025].
- QUINTANA, Laura; HERMIDA, Julián (2019): “La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica”. En *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, año. 16, N° 2, pp. 73-80. Disponible en: <<https://www.redalyc.org/journal/4835/483568603007/html/>>. [Fecha de consulta: 17 de 12 de 2025].
- RAVECCA, Paulo; ROSELLO, Diego (2020): “Deconstruyendo el yo disciplinar: el vínculo entre ciencia política y teoría política en América Latina”. En *Civilizar*, año. 20, N° 39, pp. 115-126. Disponible en: <<https://doi.org/10.22518/jour.ccsch/2020.2a07>>. [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- SLOTERDIJK, Peter [2020 (1994)]: *En el mismo barco. Ensayo sobre la hiperpolítica* (Madrid, Siruela), p. 91 Disponible en: <<https://archive.org/details/sloterdijk-peter.-en-el-mismo-barco.-ensayo-sobre-la-hiperpolitica-ocr-2002>>. [Fecha de consulta: 13 de 06 de 2025].
- TORCAL, Mariano; HARTEVELD, Eelco (Ed.) (2025): *Handbook of Affective Polarization*. (Massachusetts, Edward Elgar Publishing, Inc.). p. 482 Disponible en: <<https://www.elgaronline.com/edcollbook-oa/book/9781035310609/9781035310609.xml>>. [Fecha de consulta: 11 de 12 de 2025].
- VÁSQUEZ ROCCA, Adolfo (2021): “Peter Sloterdijk; En el mismo barco, fantasías de pertenencia e insulamientos: para una teoría de las cápsulas, islas e invernaderos”. En *Eikasía. Revista de Filosofía*, N° 98, pp. 323-381. Disponible en: <<https://www.revistadefilosofia.org/index.php/ERF/article/view/252>>. [Fecha de consulta: 20 de 09 de 2025].
- VETTORI, Oliver (2018): “Shared Misunderstandings? Competing and Conflicting Meaning Structures in Quality Assurance”. En *Quality in Higher Education*, año. 24, N° 2, pp. 85-101. Disponible en: <<https://doi.org/10.1080/13538322.2018.1491786>>. [Fecha de consulta: 17 de 12 de 2025].

Materiales de prensa consultados

- AZUL FM (2024): “Programa completo del 13/08/2024”. Disponible en: <https://azulfm.com.uy/la-pecera/programas/programa-completo-del-13082024-1> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- BISTOLETTI, Nicolás (2024): “Andrés Ojeda explicó por qué cambió de opinión respecto a los allanamientos nocturnos”. Disponible en: <<https://www.debate.com.uy/politica/Andres-Ojeda-explico-por-que-cambio-de-opinion-respecto-a-los-allanamientos-nocturnos-20240815-0021.html>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- CAYOTA, Diego (2024): “Quién es Aleix Sanmartín, el asesor español que contrató Ojeda y que reivindica las campañas negativas”. Disponible en: <<https://www.elobservador.com.uy/nota/quien-es-aleix-sanmartin-el-asesor-espanol-que->

contrato-ojeda-y-que-reivindica-las-campanas-negativas-2024485016> [Fecha de consulta: 12 de 02 de 2026].

DEL SOL (2019): “*Ojeda en 2019: no vale la pena reformar la Constitución para poner un allanamiento nocturno*”. Disponible en: <<https://delsol.uy/facildesviarse/audios/ojeda-en-2019-no-vale-la-pena-reformar-la-constitucion-para-poner-un-allanamiento-nocturno>> [Fecha de consulta: 04 de 04 de 2025].

EL OBSERVADOR (2024): “‘¿Y el mensaje?’: Andrés Ojeda habló de su jingle creado con Inteligencia Artificial y contó una divertida anécdota”. Disponible en: <<https://www.elobservador.com.uy/nacional/y-el-mensaje-andres-ojeda-hablo-su-jingle-creado-inteligencia-artificial-y-conto-una-divertida-anecdota-n5966117>> [Fecha de consulta: 04 de 04 de 2025].

INFOBAE (2025): “*Asumió Donald Trump: ‘Fui salvado por Dios para hacer grande de nuevo a Estados Unidos’*”. Disponible en: <<https://www.infobae.com/estados-unidos/2025/01/20/asumio-donald-trump-fui-salvado-por-dios-para-hacer-grande-de-nuevo-a-estados-unidos/>> [Fecha de consulta: 09 de 07 de 2025].

LARED21 (2024): “*Ojeda niega haber contratado granjas de bots para inflar números en su cierre de campaña*”. Disponible en: <<https://www.lr21.com.uy/politica/1478531-andres-ojeda-cierra-campana-bots-trolls>> [Fecha de consulta: consulta: 12 de 03 de 2026].

LOS ANGELES TIMES (2019): “*Trump, el ‘elegido’ por Dios: una ‘profecía’ con trasfondo electoral*”. Disponible en: <<https://www.latimes.com/espanol/https://www.hoylosangeles.com/noticias/estadosunidos/articulo/2019-08-23/efe-4048882-15707004-20190823>> [Fecha de consulta: 09 de 07 de 2025].

OJEDA, Andrés (2024a): *Publicaciones en Instagram*. Instagram. Disponible en: <https://www.instagram.com/andresojedaok/> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].

OJEDA, Andrés (2024b): “*Gracias a las casi 40.000 personas que se conectaron en vivo a nuestro acto central de campaña. Un estadio de fútbol repleto nos miró por youtube en vivo. No es la mayoría silenciosa, es la verdadera revolución digital. La nueva política llegó para quedarse.*” Disponible en: <<https://x.com/AndresOjedaOk/status/1847781044642000946>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].

OJEDA, Andrés (2024c): “*Ser genuino y auténtico*”. Disponible en: <https://www.instagram.com/ojedismo/reel/C__sqMjyN4J/> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].

PARTIDO COLORADO (2024): “*Andrés Ojeda: ... ‘Para llevar al Uruguay al futuro hace falta una nueva política’...*”. Disponible en: <<https://www.facebook.com/PartidoColorado/videos/3867928453451736/>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].

ROJIDO, Emiliano (2024): Entrevista realizada por El Eco Digital. 27/06/2024. Disponible en: <<https://elecodigital.com.uy/sociedad/emiliano-rojido-especialista-en-criminologia-la-formula-del-fracaso-contra-los-homicidios/>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].

- SORAVILLA, Santiago (2024): “*Ojeda renovó la imagen de su campaña: gráfica ‘despartidizada’ y con ‘estética de Netflix’*”. Disponible en: <<https://www.elobservador.com.uy/ojeda-renovo-la-imagen-su-campana-grafica-despartidizada-y-estetica-netflix-n5950474>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- THATCHER, Margaret (1987): “Interview for Woman’s Own (‘No Such Thing as Society’)”. Disponible en: <<https://www.margareththatcher.org/document/106689>> [Fecha de consulta: consulta: 09 de 07 de 2025].
- THATCHER, Margaret (2009): “*Thatcher: there is no such thing as public money*”. YouTube. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=xvz8tg4MVpA>> [Fecha de consulta: consulta: 09 de 07 de 2025].
- TRUMP, Lara Lea (2025): “*Fear not, for I am with you*”. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/C9Y2U1FtikV/> [Fecha de consulta: 09 de 07 de 2025].
- UNIR PARA CRECER (2024a): “*Andrés Ojeda. El Nuevo Presidente*”. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=gmrqWY6v2Qo>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- UNIR PARA CRECER (2024b): “*ÚLTIMO MOMENTO Andrés Ojeda a 3 puntos de la presidencia*”. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=1KFXFzUjS4U>> [Fecha de consulta: 08 de 07 de 2025].
- WHITE HOUSE (2025): “*‘CONGESTION PRICING IS DEAD. Manhattan, and all of New York, is SAVED. LONG LIVE THE KING!’ –President Donald J. Trump*”. Disponible en: <<https://www.instagram.com/p/DGRDGQWxlhX/>> [Fecha de consulta: 09 de 07 de 2025].