

Entrevista con Marco Levario Turcott: *la disputa por la noción*

Armando Reyes Viguera



Comunicador, analista y director de la revista Etcétera, encargada de llevar el recuento diario de la actividad de los medios de comunicación y quienes laboran en ellos, así como quienes se relacionan en su quehacer cotidiano, Marco Levario Turcott abordó para Bien Común el tema de la comunicación política en el actual contexto previo al Primer Informe de Gobierno.

Para nuestro entrevistado, el tema se puede resumir, sin dejar otras aristas del mismo, en una sola frase: se trata de la disputa por la noción, misma que involucra a medios, actores políticos y ciudadanos. Ofrecemos a continuación la conversación con Marco Levario Turcott.

Se reconoce que el tema de la comunicación política es poco estudiado en nuestro país, y por la clase política nacional, y refleja la calidad de la misma clase política, ¿cómo explicas esto, refleja desinterés o genera cierto tipo de fenómenos?

Hay distintas vertientes desde las que podemos explicar el bajo nivel en la calidad de la comunicación política. Cómo se mide el bajo nivel, se mide por los resultados, es una manera básica con la que podemos argumentar esto; del debate sobre las reformas, por ejemplo, que en sus discursos

cada actor político dice perseguir, pero que en esas prácticas de comunicación que implican acuerdos –un terreno fundamental en los actores políticos– se encuentra en la inopia.

¿A qué se debe? Una de las vertientes fundamentales para analizar esto es la cultura política, que en nuestro país ha ido dando tumbos, ha sido muy errática, porque los actores políticos han entendido que el discurso en la comunicación política tiene que estar en función de ejercer veto, y esa es la expresión más rústica del ejercicio de la política: precisamente, evitar que salgan –o se lleven a cabo– la serie de reformas que, como he dicho, se expresan como una aspiración para el país, de tal suerte que la política vista o ejercida en materia de comunicación en ese sentido se asume como una parte fragmentaria del ejercicio del poder, que incluso tiene –y es el peor escenario que estamos viviendo– el ostracismo, el estancamiento.

Esa es una vertiente básica, proveniente de esa cultura de lo que significa ser oposición: la izquierda mexicana, la llamada izquierda mexicana –a la que tenemos que referirnos en plural– tiene, sin embargo, un punto en común que es ser medianamente eficiente para vetar, pero también ha sido ostensiblemente incapaz de pro-

poner; por otro lado, sin embargo, hemos encontrado en el espectro político que tratamos de diseccionar desde la perspectiva del poder, una ausencia de política de Estado que coloque las reformas como una razón de Estado. En ese sentido, cuando hablamos de estadistas estamos hablando de quien tiene la visión suficiente para concatenar un conjunto de intereses que se expresan en el ejercicio de la política y que tienen un punto cúspide en la comunicación que se establece entre estos actores para poder dirimir las diferencias, sobre la base de la ya dicha razón de Estado.

Por ejemplo, la reforma de Petróleos Mexicanos (Pemex) está pendiente o se pone en la base del discurso político relacionado con que vale la pena esa reforma; sin embargo, en los cómo y en la ausencia de capacidad propositiva de los actores políticos se estanca en el discurso político, relacionado con abstracciones y generalidades que hablan de nuestro patriotismo y de nuestro sentido como nación, pero al mismo tiempo también desdeñan los elementos centrales para fortalecer la producción de hidrocarburos, la generación de productos para su comercialización e, incluso, la participación de la iniciativa privada y del capital extranjero. Cuando se empieza a hablar de este tipo de precisiones,

la comunicación política encuentra su principal problema, pues se expresa la falta de cultura en las propias generalidades y en el derecho de veto que las distintas partes políticas quieren ejercer; junto con eso, no hemos tenido –me parece que desde Carlos Salinas de Gortari y hasta la fecha, independientemente de lo que opinemos de él y de sus propuestas– una acción política, no solamente en materia de comunicación, sino programática para convocar a esos actores políticos. Cuando eso ocurrió, incluso el Partido Acción Nacional apoyó y participó en la elaboración de las reformas que considero son las de mayor alcance que en México se han hecho recientemente para el avance de su propia modernidad. Insisto, independientemente de lo que opinemos sobre tales reformas –que yo en lo personal coincido con ellas–.

De tal suerte que las siguientes administraciones presidenciales, Ernesto Zedillo y Vicente Fox, no han tenido esa capacidad de concurrencia en ese discurso programático que pueda poner en concatenación los distintos intereses de las fuerzas políticas. Incluso en materia de comunicación política, en la exhibición de la precaria que tienen los demás actores políticos.

Hiciste referencia a una serie de vicios que prevalecen en esta materia, ¿cómo puedes explicarlos en términos simples?

Uno de los principales –y no es privativo de los actores políticos– es la utilización en el discurso, que es expresión de la cultura política mexicana, del blanco y negro, héroes y villanos, y en la perspectiva de lo bien que se lucra en nuestro país en todos los sentidos, político y económico, con los procesos electorales; los actores políticos buscan reflejarse con esa imaginaria social, permíteme el término, que reviste la disputa, prácticamente cualquiera, y la política, cuando muchos consideramos que es el campo en el que de manera civilizada se expresan las diferencias; la reducen, en cambio, a un ring. En esa disputa del todo o

nada, héroes o villanos, generalmente hay un empate de fuerzas, porque aquel actor político –el que sea– que esté proponiendo una determinada iniciativa, si es que la veta, a la larga entonces lo que ocurre es que uno cumple con su ejercicio de veto y el otro cumple con su capacidad, o necesidad, de presentar propuestas, de tal manera que se empieza a segmentar también el público, hay un carácter incipiente –y ahí voy a ser optimista– y constante de formación de ciudadanía y en la perspectiva, no del planteamiento de lo políticamente correcto, porque me encuentro muy distante de ese planteamiento relacionado con que la ciudadanía siempre tiene la razón, se han ido generando cada vez mayores segmentos que demandan en los actores políticos una mayor capacidad programática, de comunicación política y, en consecuencia, de llegar a acuerdos, pero hasta ahora, un factor de concatenación entre el discurso del veto y la ciudadanía, es la reducción entre la reducción entre el blanco y negro.

¿Cómo aprecias el tema de la comunicación política en un escenario de polarización social, de una gran fractura y, sobre todo, en la necesidad de plantear que sólo “mi” posición es la válida?

Una perspectiva con la que invito a reflexionar el tema, es el hecho de que la comunicación política se halla circunscrita –no precisamente al intercambio entre los actores y a sus posibles y necesarios acuerdos–, sino a ganar –permíteme el término– la disputa por la noción y eso pasa, no por los reductos de la comunicación en los términos de la pregunta, sino des cansa en eso que a falta de un mejor nombre hemos dado en llamar opinión pública y, particularmente, en los medios de comunicación; los actores políticos no buscan entenderse entre sí sino lograr el favor del respetable, así visto no como ciudadano a través de los medios de comunicación, con políticas paradójicamente de comunicación directamente para con los ciudadanos, lo cual nos muestra el lado

macabro de que lo que están buscando estos actores políticos es legitimidad a través de la comunicación social, pero no están teniendo –esa es la paradoja– comunicación entre los propios actores políticos y ahí, sin duda, los medios de comunicación tienen una enorme responsabilidad.

Ahora, en relación con el Informe de Gobierno, que en teoría debería ser la cúspide en lo que se refiera a la comunicación política, ¿cómo se dará todo esto, cómo se ganará la noción?

Me parece que la mejor forma de ganarlo es que el actor político piense en el otro y no precisamente en el público –radioescucha, televidente o lector–, sin embargo, ese público tiene la posibilidad de valorar más allá de las propias estrategias de comunicación que hagan los actores, los resultados y las respuestas que ellos tienen, pero no sé si coincidas conmigo: lo que está ocurriendo entre los actores políticos no es cómo nos ponemos de acuerdo para este evento político que tiene un valor coyuntural y de largo plazo –coyuntural porque es el primero luego de unas elecciones disputadas y de largo plazo porque se trata de la delimitación básica del proyecto de nación que está presentando Felipe Calderón–, entonces sí esa es la importancia, los actores políticos están tratando de ver de qué manera logran la simpatía de la ciudadanía en materia de comunicación política, sin que sea eso necesariamente un objetivo entre ellos para ponerse de acuerdo.

Por ejemplo: sin duda tiene razón Felipe Calderón cuando señaló que quiere debatir, que ha sido parlamentario durante buena parte de su vida y que, en consecuencia, sí estaría de acuerdo con que los actores políticos lo cuestionen, pudieran exponer frente a él, y responderles, cuáles son sus principales objeciones a la política que él ha estado estableciendo; me parece incluso razonable que los actores políticos que recibieron la propuesta la acepten, entre otras cosas porque en su breviarío de cultura política implica

una demanda como esa. Lo que me preocupa, más bien, es que este tipo de rejuegos se ubica dentro de la esfera mediática, porque tengo para mí que la comunicación política no sólo es –en algunas ocasiones– necesariamente pública, sino privada; no relaciono la comunicación política siempre y en todo momento con la transparencia como en un estadio –como quería alguna vez el movimiento estudiantil del 68, cuando enarbolaban el debate público–, como una muestra de salud de la política mundial, lo que me preocupa es que más allá de establecernos a nosotros los ciudadanos un debate programático, se establezca más bien una disputa mediática. Esperaría menos disputa por la noción, independientemente de la plausible iniciativa de Felipe Calderón y de la, ojalá también, plausible aceptación de los actores políticos, a que hay otros reductos desde los cuales ellos han de ponerse de acuerdo, es decir: preferiría una discusión privada entre los actores políticos para darle la vuelta de tuerca que requiere la reforma fiscal que presentó el Presidente Calderón, que un espectáculo mediático, democrático –no me cabe la menor duda– pero con enormes riesgos de devenir insustancial de un debate público entre el Presidente de la República y los demás actores políticos en el marco del Primer Informe de Gobierno.

Otra consideración, porque no tenemos un solo modelo de comunicación política, algunos responden a ciertos modelos de instituciones y otros, que son los que generan ese tipo de cuestiones que comentabas, a ciertos actores, ¿cómo lidiar con eso desde el plano del análisis?

Eso es natural en la democracia en México y en las democracias más consolidadas: que cada actor político en materia de sus propios intereses, o incluso en intereses que están afuera del partido, expresen y entorpezcan la calidad de nuestro debate político, como en los casos de Federico Döring y Gerardo Fernández Noroña. Eso es natural; no emplearía la palabra lidiar, soy de los que creen que en los pro-

pios reductos de la legitimidad –como diría Weber–, dentro de las propias instituciones, porque independientemente de los discursos aislados o personales, estos desembocan por necesidad en las propias instituciones, porque –entre otras cosas– lo que estos discursos pretenden es intervenir en las mismas instituciones, no porque ellos sean –y esto es una paradoja– necesariamente muy institucionales, porque en más de una ocasión hablan por fuera del discurso hegemónico del partido al que pertenecen.

Creo que la manera en que se procesan este tipo de derivaciones del discurso y de la comunicación política es a través de la propia legitimidad, por ejemplo: soy de los que creen que cuando Andrés Manuel López Obrador declara públicamente que ni les hablaría a los legisladores que se pusieran a discutir la reforma fiscal, tiene un costo político en quienes escuchamos y valoramos esa postura; que en lugar de negar todo lo que haga el Presidente de la República, presentara propuestas alternativas. Pero las rechaza por definición, de tal manera que siempre habrá un público duro –permíteme el término– para cada discurso de comunicación: si Brozo tiene un público duro, qué no lo tenga Andrés Manuel.

Pero el ejercicio de la política no es productivo en función de los públicos duros, sino de los entrelazamientos de sectores amplios de la ciudadanía que van demandando –y no quiero conferir más virtudes que las que tiene la propia ciudadanía, pero tampoco dejar de considerar los bajos niveles de votación registradas como una muestra de demanda de disposición programática– y en la esfera de la complejidad de la suma de intereses financieros y políticos que tienen los actores en la política, que son las elecciones, se encuentran buena parte de los elementos que van equilibrando de una manera paulatina, incipiente, pero al mismo tiempo como una constatación del propio desarrollo de la democracia.

Estamos, con todo y la baja calidad del debate público que tenemos en México, a años luz de distancia del debate que teníamos en 1988, incluso del propio debate que teníamos con la siguiente administración presidencial; en estos días es una enorme ventaja que los medios de comunicación y los actores políticos no estemos pensando en las botas del Presidente, que haya empleado mal el nombre de un autor de novelas, de tal manera ahí hay una mejora cuando no necesitamos un vocero que nos explique qué quiso decir el Presidente y, en este terreno, no es el escenario que más nos gusta el debate que estamos escuchando.

En relación con esto, ¿qué papel juegan las columnas de trascendidos, sin firma, que pululan en los periódicos; es la reedición de vicios viejos o es un nuevo fenómeno?

Me quedo con lo segundo. En efecto, es parte de la democracia; la convivencia de factores, de actores y prácticas viejas con algunas que pretenden ser actuales y se encuentran desfasadas porque el debate político privilegia la disputa estentórea y, sí, la relación entre los actores políticos y los medios, ya no es como era la que tejía el PRI: a través de dádivas, filtraciones y rumores, o de información sustentada en anónimos, ya no lo es en cuanto a que sea privativa de una práctica política, es decir, distintos actores políticos hacen lo mismo, y eso habla de la responsabilidad de los propios medios de comunicación para mejorar el debate público mexicano, pero también habla del factor como protagonistas políticos que son los medios de comunicación; en consecuencia, asumen y promueven determinadas posturas políticas, no siempre de manera ética, para hacerse eco de los demás actores.

De tal manera, en efecto, hay un deterioro en la calidad de la información que recibimos cuando el ciudadano tiene que ser muy avezado en desentrañar articulaciones muy crípticas, incluso ese estilo se da en

maestros –para mí– del periodismo y que habitualmente escriben en los medios como José Carreño Carlón o Raymundo Riva Palacio, que hacen particularmente difícil que el ciudadano entienda lo que quieren decir; necesitamos a su respectivo Rubén Aguilar, porque no lo sabemos.

¿Algún destinatario que no conocemos?

Así es, eso es central: Obviamente no somos nosotros cuando los medios, al menos en planteamientos deontológicos, están en concatenarse y ofrecer un servicio público a los ciudadanos, y eso no es precisamente lo que ocurre. Ahora, particularizar respecto de las complicidades que se dan entre los actores políticos y los medios de comunicación, lo hacemos nosotros, en *Etcétera*, de manera cotidiana y me sentiría mal por citar a dos nombres, sobre todo por los que dejaría fuera, pero en efecto: Cotidianamente se dan ese tipo de relaciones cuestionables, que se dan también en materia de conducción institucional de la relación mexicana, no sólo de los actores dispersos, de los partidos, sino de las instituciones, que es un elemento que nos muestra la baja altura de la democracia.

En esto, ¿qué pasa con militancia de los comunicadores, explícita o no, y lo que genera en la comunicación para con los ciudadanos?

Hay distintas vertientes: La primera, el político militante le pide militancia al medio y si el medio no tiene militancia, no recibe publicidad; el político militante no valora la expresión de la pluralidad, de la crítica al ejercicio de gobierno, o el apoyo a determinadas políticas seguidas por éste; otra vertiente, en efecto, son aquellos medios que resuelven, en pleno uso de sus propias responsabilidades y derechos –más los segundos que los primeros–, emprender lo que llamamos periodismo de facción y, en ese sentido, la calidad de la información disminuyen ostensiblemente porque omisiones, distorsiones, sesgos o relieves informativos, los medios los

determinan a partir de su simpatía política y también a través del grado en que éstos son recompensados por los políticos que simpatizan con esa postura, o sancionados por quienes no simpatizan con ésta.

Me parece que José Gutiérrez Vivó tiene razón cuando dice que en los últimos años del Presidente Vicente Fox hubo una especie de sanción a través del ejercicio de la publicidad oficial para ese medio; más allá de lo que a mi me parezca, los propios datos de Presidencia de la República lo constatan, en efecto fue una tendencia decreciente que muestra de una manera ostensiblemente clara la sanción; pero también, a José Gutiérrez Vivó se le olvida que en el ejercicio de su preferencia política de ocasión –porque él es un hombre que se definía de derecha, con una visión empresarial– tuvo a favor de Andrés Manuel López Obrador y de, entonces, cuando este último era Jefe de Gobierno de DF, tuvo el premio de haber recibido, o haber sido uno de los principales medios de comunicación que de la ciudad de México recibían recursos cuantiosos a diferencia de *La Crónica de Hoy* o *Reforma*, que como eran muy críticos de López Obrador la sanción hacia ellos fue no recibir publicidad.

Me detengo en ese aspecto, porque esta suerte de militancia de los medios es más bien una definición pragmática en muchos de los casos, y en ese terreno, cuando los medios son víctimas, lo denuncian, pero cuando son favorecidos no lo hacen, como es el caso de la revista *Proceso*: cuando Alfonso Durazo era director de Comunicación Social de Presidencia de la República, recibió dinero como nunca antes había recibido en un solo año, creo que 36 millones de pesos, y sin embargo, en efecto, una política de sanción similar a la de Monitor hizo que decreciera esta fuente enorme de jugosos negocios; de tal manera que no sólo apelo a la cuestión cultural, sino también a una suerte de cambios normativos, por ejemplo: que en materia de publicidad, que hubie-

ra normas muy claras para evitar el arbitrio del poder en relación con los propios medios de comunicación; también, a los propios medios de comunicación habría que exigirles –pero no sólo quedarse en la cuestión ética de exigirles– una visión más amplia y concurrente de los actores públicos; también el reconocimiento de una realidad que es universal, una constante universal de la democracia, como que la credibilidad también es un negocio. No sólo estoy haciendo un llamado a misa, sino señalo que ahí donde un medio de comunicación tiene la confianza del consumidor, tiene también bonanza financiera, de tal manera que en los medios y en los actores políticos el sentido de la militancia obedece más a cuestiones de cuando queríamos construir la democracia a partir de una dictadura.

Creo que la tendencia de la democracia apunta a la dilución de la militancia, no en el sentido de una identificación programática que siempre tenemos que exigir a cualquier partido político sino en la vocación para llegar a acuerdos, y la vocación implica el reconocimiento de los intereses del otro, anteponiendo los intereses de la nación, porque sin duda el bien común es uno de los parámetros centrales que, guiados en el ejercicio de la política, van diluyendo el sentido de la militancia.

