

Cómplices de una polarización destructiva

La polarización implica una distorsión que va contra el consenso y el entendimiento, contra una convivencia civilizada y plural. Implica la **demonización de los que no piensan igual**. Y conspira directamente contra la empatía y el entendimiento de que se puede pensar distinto sobre la vida y el mundo, sin que ello implique necesariamente conflicto y desastre. Los polarizados se sienten **en posesión de la verdad**, como única verdad o verdadera verdad. Los datos no cuentan, **las opiniones imponen verdades** de obligado precepto.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA

En uno de sus escritos de Nueva York (*Poeta en Nueva York*, 1929), Federico García Lorca escribió: “Denuncio a la gente que ignora a la otra mitad”. Esta afirmación, de validez universal, señala lo que ahora llamamos polarización, que no es fenómeno de estos tiempos, pues viene de muy atrás; forma parte de la naturaleza humana, del entramado social y de un diálogo ciudadano fallido. Con diferente intensidad e influencia según las épocas, pero con vigencia que aparece cuando tiene oportunidad, cuando el diálogo, el entendimiento, la empatía se interrumpen.

Por polarización se entiende el proceso de desplazamiento de la opinión pública hacia el extremo, a los extremos, al menos dos. Instalarse en los extremos, blanco o negro, alfa u omega, que va acompañado del rechazo ignorante de lo que no está muy próximo, de lo que no coincide con ese extremo; una forma de ¿pensamiento? único. La polarización incluye sentimientos de superioridad, identidad excluyente y, en muchos casos, ignorancia supina sobre los demás.

Una encuesta de 2018 sobre lo que piensan los electores de los partidos norteamericanos acerca de los que votan

a otros partidos proporciona resultados elocuentes: los demócratas creen que el 44% de los republicanos ganan más de 250.000 dólares (en realidad, solo son el 2%) y que el 40% son mayores de 65 años (el dato real es el 20%); mientras que los republicanos creen que el 38% de los demócratas son LGTBI (son el 6%), el 46% son negros (24%) y el 44% están afiliados a algún sindicato (11%). La conclusión de Ezra Klein, un periodista que ha analizado la polarización, es que “cuanta más información política se consume, más distorsionada se vuelve la perspectiva del otro bando”. De los otros... y de la realidad.

Y nunca más que ahora se consume tanta información política. En muchas ocasiones, no buscada intencionadamente, sino recibida sin contraste ni criterio crítico; sin verificar ni contrastar, información averiada. El Roto, siempre perspicaz viñetista, decía en un dibujo reciente: “Con el excedente de información fabricamos bulos”, aplicación práctica de un viejo axioma: “Todo exceso daña”. El exceso de información conduce a una deficiente asimilación, la cual a su vez conduce a extravío, que empuja hacia los extremos, que polariza.

Fernando Vallespín, profesor de ciencia política y comentarista en varios medios, escribía recientemente que “ya no basta solo con discrepar en torno al futuro; ahora se trata de abrir las trincheras del pasado. No, como hubiera sido lógico, mediante una sensata discusión his-

tórica, sino como parte del combate político cotidiano. Que no cese el encono hasta la derrota final. La de todos, claro”. Advertencia decepcionada de algo muy real en estos tiempos de crispación.

La polarización implica una distorsión que va contra el consenso y el entendimiento, contra una convivencia civilizada y plural, incluso contra la compasión. La polarización implica la demonización de los que no piensan igual, a los que se atribuyen todas las miserias imaginables. Se llama discurso del odio porque ese el sentimiento que domina la polarización, rechazo y odio a lo que no se alinea y somete a las propias creencias.

El exceso de información conduce a una deficiente asimilación, que empuja hacia los extremos y polariza

La polarización conspira directamente contra la empatía y el entendimiento de que se puede pensar distinto sobre la vida y el mundo, sin que ello implique necesariamente conflicto y desastre. Los polarizados se sienten en posesión de la verdad, como única verdad o verdadera verdad. Los polarizados abrazan las realidades alternativas, que llevan a estimar como verdad lo que desean que ocurra..., aunque no haya ocurrido ni vaya a ocurrir. Los datos no cuentan, las opiniones imponen verdades de obligado precepto.

PORQUE TÚ PORQUE TE

Porque tú **madrugas**
Porque tú **mejoras**
Porque tú **estudias**
Porque tú **trabajas**
Porque tú **estudias y trabajas**
Porque tú **no te rindes**
Porque tú **quieres aprender**
Porque tú **quieres emprender**
Porque tú **tienes ganas**
Porque tú **lo tienes claro**
Porque tú **eres capaz**
Porque tú **sueñas**
Porque tú **ni lo piensas**
Porque tú **luchas**
Porque tú **sabes que puedes**
Porque tú **estás a tiempo**
Porque tú **emprendes**
Porque tú **confías**
Porque tú **creces**
Porque tú **esperas**
Porque tú **vas a por todas**
Porque tú **escuchas**
Porque tú **tienes ganas**
Porque tú **lo das todo**
Porque tú **lo intentas**
Porque tú **quieres lo mejor**
Porque tú **ayudas**
Porque tú **sufres**
Porque tú **mandas**
Porque tú **buscas algo mejor**
Porque tú **comprendes**
Porque tú **viajas**
Porque tú **tienes familia**
Porque tú **inviertes tiempo**
Porque tú **mejoras**
Porque tú **no lo dejarías nunca**
Porque tú **quieres saber más**

Porque te **importa**
Porque te **esfuerzas**
Porque te **potencia**
Porque te **vuelcas**
Porque te **atreves**
Porque te **ves capaz**
Porque te **superas**
Porque te **pones a prueba**
Porque te **gusta probar**
Porque te **sale solo**
Porque te **vienes arriba**
Porque te **motiva**
Porque te **divierte**
Porque te **lo crees**
Porque te **valoras**
Porque te **ves futuro**
Porque te **lo propones**
Porque te **lo ocupas**
Porque te **pones retos**
Porque te **da tranquilidad**
Porque te **gusta lo que haces**
Porque te **interesa**
Porque te **entregas**
Porque te **creces**
Porque te **lo curras**
Porque te **apasiona**
Porque te **hace ilusión**
Porque te **compensa**
Porque te **comprometes**
Porque te **lo has ganado**
Porque te **haces mayor**
Porque te **llena**
Porque te **preocupas**
Porque te **gusta**
Porque te **gusta mucho**
Porque te **encanta**
Porque te **matas a estudiar**

Porque tú **lideras**
Porque tú **creas**
Porque tú **inspiras**
Porque tú **eres incansable**
Porque tú **coges de la mano**
Porque tú **empiezas**
Porque tú **vuelves a empezar**
Porque tú **continúas**
Porque tú **amas**
Porque tú **vas rápido**
Porque tú **sales tarde**
Porque tú **aguantas**
Porque tú **buscas**
Porque tú **tienes inquietudes**
Porque tú **vives**
Porque tú **disfrutas**
Porque tú **sabes lo que quieres**
Porque tú **lo quieres**
Porque tú **quieres reformar**
Porque tú **piensas en él**
Porque tú **inviertes**
Porque tú **tapas agujeros**
Porque tú **innovas**
Porque tú **celebras**
Porque tú **lo deseas**
Porque tú **cuentas con ellos**
Porque tú **quieres una casa**
Porque tú **llegas lejos**
Porque tú **quieres seguridad**
Porque tú **das ejemplo**
Porque tú **piensas en ellos**
Porque tú **cuidas**
Porque tú **no faltas nunca**
Porque tú **descubres**
Porque tú **echas horas**
Porque tú **quieres**
Porque tú **quieres avanzar**

Porque te **lanzas**
Porque te **inspiras**
Porque te **reinventas**
Porque te **hace disfrutar**
Porque te **responsabilizas**
Porque te **arriesgas**
Porque te **levantas**
Porque te **animan a seguir**
Porque te **quieren**
Porque te **esperan en casa**
Porque te **exiges**
Porque te **apoyan**
Porque te **mueve**
Porque te **hace crecer**
Porque te **sienta bien**
Porque te **anima**
Porque te **especializas**
Porque te **lo imaginas**
Porque te **hace falta**
Porque te **enseña**
Porque te **da beneficios**
Porque te **organizas**
Porque te **fixas**
Porque te **pasan cosas**
Porque te **desvelas**
Porque te **dan alegrías**
Porque te **gusta una casa**
Porque te **gusta intentarlo**
Porque te **apetece hacerlo**
Porque te **equivocas y sigues**
Porque te **quieres mudar**
Porque te **ofreces**
Porque te **apañas como sea**
Porque te **da curiosidad**
Porque te **viene bien**
Porque te **da vidilla**
Porque te **esfuerzas mucho**

Pau Marí-Klose, sociólogo, profesor de universidad y hoy diputado socialista, presidente de la Comisión de Asuntos Exteriores del Congreso, sostiene en un reciente artículo en *El País* titulado “Son los medios, ¡estúpido!” que los “manifiestos para pedir políticos más responsables, competentes y comprometidos con el interés general continuarán siendo papel mojado mientras no dirijan también el foco hacia quienes ponen las cámaras, montan el escenario y lo iluminan, e invitan a los políticos a los juegos que les proponen”.

Señala a los medios como responsables directos de la polarización con un argumento de teoría económica básica: las personas (los políticos) responden a incentivos, se deben a su público (para obtener votos), de manera que, según Marí-Klose, “es inconcebible que un político mantenga estilos tradicionales (centrados, serenos y constructivos) si el entorno mediático por el que trasladan sus mensajes ha cambiado [...], con medios que se afanan en emociones [...], debates electorales que presentan a los candidatos como caballos de carreras, donde impera el incivismo y la crispación”.

La estructura de incentivos para los políticos les inclina hacia la polarización, hacia las “voces fuertes”. En el nuevo universo mediático, señala Marí-Klose inspirado en el libro de Ezra Klein (*Por qué estamos polarizados*, Capitán Swing, 2021), “son los políticos más diestros en sembrar conflictos identitarios quienes

encuentran mayores oportunidades para prosperar [...]. Los medios están sesgados no tanto hacia derecha o izquierda, sino hacia lo ruidoso, escandaloso, llamativo y conflictivo”.

Así que el foco de la polarización, sus agentes activos, se desplaza de los políticos (víctimas) hacia los medios, periodistas y equivalentes o asimilados, que ofrecen “incentivos polarizantes” a políticos nada tradicionales tentados por el ruido y la furia. Desde el lado del periodismo, la respuesta es tópica: los medios no crean la realidad, solo la cuentan; no son protagonistas ni creadores, solo son el espejo que refleja esa realidad. Pero no faltan espejos como los del callejón del Gato que inspiraron a Valle-Inclán y a Gómez de la Serna, preparados para distorsionar la realidad y producir risa, burla y rechazo.

Aceptemos la complicidad de los periodistas con la polarización; entre otras razones, porque es evidente

Aceptemos la complicidad de los periodistas con la polarización, entre otras razones, porque es evidente; aunque cabe la excusa de que el periodismo es ejercicio de poner espejos para reflejar una realidad que incluye los discursos políticos y sociales sesgados y polarizados.

Debemos ir un poco más lejos, ya que

la realidad reflejada en los medios es la que los periodistas y los medios deciden publicar. La fijación de la agenda del debate público forma parte de la intención y de la profesión de los periodistas y los medios, que no reflejan todo lo que ocurre (sería imposible), sino que seleccionan lo que les parece interesante y relevante para los ciudadanos, que son los clientes que justifican el periodismo. Esa selección de la agenda, de lo publicable, es una de las tareas esenciales del periodismo y uno de sus activos más valiosos.

Uno de los argumentos tópicos del periodismo para mitigar ese poder de seleccionar es que se ocupa de lo que el público demanda, ofrece lo que obtiene audiencia, que suele ser lo llamativo, incluso lo excesivo y hasta lo extravagante. Una excusa bastante falaz, pues esa demanda no sabe lo que la oferta puede servir; la iniciativa y la responsabilidad están en la oferta. Para este argumento, merece la pena recordar los aforismos de Baltasar Gracián en su *Oráculo manual y arte de la prudencia*, que orientan hacia el camino correcto, como sirven los viejos principios del buen periodismo reflejados en los códigos éticos. Todos ellos, tan sencillos y prácticos como exigentes; todos ellos, conocidos y poco practicados.

Bill Keller, que fue exitoso director del *New York Times*, afirmaba en una conferencia pronunciada en Londres en 2007 lo siguiente: “Mientras mi país se polariza cada vez más y se hace más cínico, los periodistas están presionados para que abandonen sus esfuerzos por ser impar-

ciales, para que de forma abierta tomen partido y para que escriban acorde a lo establecido. Muchos de nuestros críticos insisten en que la objetividad pura es imposible, así que... por qué intentarlo. Para mí, es lo mismo que decir que, porque gran parte del futuro de nuestros hijos está ya dispuesto por naturaleza, por genética, deberíamos abandonar la tarea de ser padres. El periodismo imparcial, como la crianza de los hijos, es una aspiración, pero una que merece la pena. Y, al contrario que con tus hijos, un periódico diario te da la oportunidad de empezar otra vez de nuevo al día siguiente, y entonces hacerlo bien”.

La propuesta de Keller me parece sugestiva, casi un mandato en estos tiempos en que el periodismo tiene que competir, más que nunca, porque ha perdido el monopolio de informar. El fin de ese monopolio de la información (antes solo era noticia lo que salía en los medios) es uno de los acontecimientos recientes que, por mor de la nueva revolución tecnológica, ha cambiado las reglas de juego y el alcance y perímetro del periodismo profesional. Eso implica riesgos y oportunidades para el periodismo. Riesgo, porque perder un monopolio supone retroceso, pérdidas, cambio de condiciones. Y oportunidad, porque la competencia empuja a añadir valor, a llegar más lejos, a innovar para mejorar y ensanchar los límites.

El periodismo de estos tiempos digitales se justificará por su utilidad para el ciudadano, por aportar elementos

que merecen la pena, que tienen valor y precio. Consiste fundamentalmente en elegir la información fiable, la contrastada, la que sirve para obtener una idea cabal de la realidad; para entender y tomar decisiones. La pérdida del monopolio puede conducir a la desaparición de la profesión si se hace irrelevante o, por el contrario, puede llevar a reinventar la profesión en unos tiempos en los que hay más ciudadanos ilustrados, necesitados de información, y, al mismo tiempo, una realidad cada vez más compleja que exige explicaciones y que requiere conocimiento, experiencia, habilidades para entender y para exponer, con palabras e imágenes.

Con las tecnologías disponibles, cualquier ciudadano puede ser agente informativo, puede dar su opinión y presentar como hechos realidades o realidades alternativas. Y a partir de ese nuevo paradigma es cuando entra en juego el periodismo como profesión que busca la verdad, que contrasta y verifica, que aporta explicaciones, contextos y antecedentes. Una profesión que debe seleccionar y valorar con ponderación, determinar lo que es cierto, lo que es interesante y lo que contribuye a explicar y entender la realidad.

Es evidente que los medios, el periodismo, se deslizan hacia la polarización incluso a su pesar. En unos casos, porque el medio decide conformarse con esa parte del público que ya está polarizada, a los que reforzar sus ideas y posiciones y, de paso, capturarles como clien-

tes. En otros, porque no son capaces de gestionar sus preferencias y de ordenar sus prioridades informativas, no saben gestionar los hechos ni dar espacio a las voces con fuste. O quizá sí saben, pero es más cómodo y barato no hacerlo. Sin que falten los que se entusiasman con el ruido, los que buscan emociones fuertes e impactos dramáticos, al margen de sus consecuencias o de su fiabilidad, van detrás de la música mientras suena.

Algunos medios deciden conformarse con el público que ya está polarizado para capturarles como clientes

A esa conferencia de Bill Keller a la que hice referencia quiero dedicar unos párrafos que me parecen más luminosos y útiles que lo que yo pueda proponer. Recuerda Keller que “el deber de desentrañar es para el columnista una losa mayor que la simplicidad de tomar partido [...]. Creo que la polarización de nuestra vida política junto con el acceso a internet ha contribuido a crear un clima de intolerancia, de cerrazón de mentes, a crear una sensación de que los puntos de vista rivales no solo deben ser rebatidos, sino también destruidos. No debatimos, demonizamos. La hostilidad es astuta en ocasiones”. Y a continuación, recalca que “tenemos periodistas a pie de calle y una rigurosa tabla de estándares. Tenemos un código de precisión e

¿Quieres
acertar?



Tarjetas Regalo de El Corte Inglés

EL REGALO PERFECTO



Con las Tarjetas Regalo de El Corte Inglés acertarás siempre. Elige la más adecuada para cada ocasión y decide su importe. Desde el regalo perfecto para una boda, al mejor regalo de cumpleaños. Además, con La Tarjeta Regalo Cine puedes regalar el ver películas de estreno en los mejores cines. Simplemente perfecta.



imparcialidad que nos comprometemos a mantener, un alto grado de independencia que defendemos a toda costa y una estructura editorial de supervisión que refuerza nuestros estándares”.

Se puede decir más extenso, con más palabras, pero no más claro. Lo cual me lleva a preguntar: ¿nuestros medios de referencia, los viejos y los nuevos, los analógicos y digitales, pueden presumir de lo anterior? Si no pueden, si no se aplican esas exigencias, contribuirán a la polarización, la acentuarán; ese será su fatal destino, hasta su fracaso final.

Si los medios no se aplican las exigencias deontológicas, contribuirán a la polarización, hasta su fracaso final

Keller proponía un catálogo breve sobre lo que es (y debe ser) el periodismo.

Primero: “Creemos en un periodismo de verificación más que de aseveración. Esto quiere decir que valoramos mucho más la precisión que la velocidad o la sensación. Cuando contamos una noticia, nos fijamos bien si resiste el examen. Ahora bien, los periódicos están escritos y editados por humanos. Tenemos cosas malas. Durante siglos, la historia de nuestro oficio se ha visto empañada por episodios de partidismo, de credulidad y de ignorancia ciega por parte de las empresas periodísticas más importantes. Mi

propio periódico decidió pasar por alto el Holocausto mientras estaba ocurriendo. Así que hay un corolario a este primer principio: cuando lo hacemos mal, nos corregimos de la forma más rápida y correcta posible”.

Segundo: “Creemos en la transparencia. Esto quiere decir que pretendemos decirles a los lectores cómo sabemos lo que sabemos, que tratamos de atribuir nuestra información lo más que podamos a fuentes con nombre propio y que, cuando podemos, nos basamos en pruebas documentadas. Cuando necesitamos proteger a nuestras fuentes, lo que es a menudo necesario para poder ofrecerles información que los poderosos no quieren que conozcan, debemos explicar por qué damos crédito a esa información y si la fuente tiene un interés personal en ella o no. Como solía decir mi profesor de Matemáticas, mostramos nuestro trabajo”.

Tercero: “Somos agnósticos sobre adonde conduce una noticia; no nos metemos de lleno en una historia que tiene detrás una agenda o una noción preconcebida. Ni manipulamos ni escondemos hechos para fomentar una agenda. Nos esforzamos por preservar nuestra independencia de los intereses políticos y económicos, incluidos nuestros propios anunciantes. Ni trabajamos al servicio de ningún partido, ni de una industria, ni siquiera del país. Cuando hay puntos de vista opuestos de una misma situación, tratamos de reflejarlos de la forma más clara y justa posible”.

Cuarto: muchas profesiones (policías, jueces, médicos...) “tienen a veces que dejar a un lado sus creencias personales para desempeñar sus cometidos, y así también lo hacen nuestros periodistas. No se trata solo de pretender ser neutral, aunque las apariencias importan. Tampoco se trata de dar el mismo peso a cada punto de vista, sin importar lo mucho que se diferencien. Nuestros periodistas científicos no dan igual espacio al creacionismo. Para nosotros, la imparcialidad es una útil disciplina intelectual. Creo que es más probable presentar una historia completa y con opiniones justas si tu objetivo no es reforzar un argumento, sino buscar la evidencia sin una predisposición, incluida la que puede contradecir tus propias creencias. En cuanto has proclamado una opinión, te sientes obligado a defenderla. Y esto crea una tentación humana natural a pasar por alto hechos inconvenientes”.

Son planteamientos programáticos, exigentes, pero me parece que constituyen un credo que merece la pena y que su cumplimiento justifica y protege al periodismo profesional y garantiza el futuro a los periodistas. Un credo al que merece la pena consagrar una carrera.

Como vimos, Pau Marí-Klose titulaba “Son los medios, ¡estúpido!” los que empujan la polarización, los que arrastran a los políticos hacia los extremos para poder ser escuchados y votados. Y puede que no le falte razón, que los periodistas actúan como cómplices de la polariza-

ción incluso a su pesar, sin demasiada conciencia y consciencia.

Pero eso será así si los periodistas y los editores se dejan arrastrar por aquella tentación, si deciden viajar por ese camino, aparentemente, más fácil y seguro para ganar audiencia-espectáculo de inmediato. Será una mala elección sin futuro. Falta reflexión y debate interno en las redacciones para preparar y revisar el trabajo, para valorar lo realizado y proponer esquemas de trabajo, gestión de agenda. En el viejo periodismo, el anterior a la revolución tecnológica de internet y de los agregadores automáticos, los políticos iban detrás de los periodistas para captar su atención y salir en los medios, aunque fuera mal. Ahora son los periodistas los que van detrás de los políticos que les otorgan canutazos, titulares llamativos e irresponsables que no debían entrar en máquinas o en la escaleta de los informativos por su irrelevancia e intrascendencia.

Los periodistas tendrán que plantearse otro modelo de relación con los políticos

El periodismo declarativo, que ocupa titulares con pegada, no es periodismo, ya que ni verifica ni pondera ni contrasta ni añade valor. Más bien, significa manipulación que desnaturaliza la profesión hasta hacerla innecesaria. Los periodistas, los medios, tendrán que plantearse

otro modelo de relación con los políticos, con los partidos y con el Gobierno, también con los otros actores informativos del deporte, la cultura o la economía, el cual responda a las necesidades de los ciudadanos y a las exigencias y condiciones del nuevo universo informativo en esta era digital.

En estos momentos, la polarización es un hecho, forma parte de la agenda y de la realidad mediática. Probablemente, no ha calado en la ciudadanía, que en las encuestas se manifiesta menos polarizada de lo que reflejan los medios. El espectro ideológico que detectan las encuestas no se corresponde con el discurso político dominante, con el debate parlamentario, con lo que aparece en los medios.

Tomar distancia de las fuentes informativas habituales, escudriñar los hechos, poner en valor las palabras (muchas veces vanas y banales) para que tengan sentido y justificación. Estas son algunas de las tareas urgentes del periodismo para evitar una polarización que es incompatible con el periodismo profesional, el cual debe practicar el escepticismo inteligente y la serenidad prudente. De cómplices de una polarización destructiva, los medios pueden pasar a ser cómplices de una ciudadanía decepcionada, inquieta y a veces desesperanzada. Leer, releer y asimilar las lecciones de algunos de los periodistas permanentes, como Orwell y Camus, ayudan a transitar por el camino correcto. ■



CaixaBank,

Mejor Transformación Bancaria

del Mundo en el 2021

La confianza de nuestros **21 millones de clientes** y una manera diferente de hacer banca, **cercana y comprometida con las personas y la innovación**, nos han permitido ser hoy reconocidos mundialmente por *Euromoney* con este premio, que se une al concedido recientemente como Mejor Banco en España 2021.

Gracias a todos por hacerlo posible.



CaixaBank

Escuchar Hablar Hacer