

# Periodismo ético en tiempos de polarización

No nacemos polarizados, la polarización se hace, hay **agentes polarizadores** que recurren a métodos para enfrentar a los miembros de una sociedad como narraciones *ad hoc*, discursos expresivos, formas sesgadas de contar las noticias en los **medios de comunicación** y, por supuesto, en las **redes sociales**. En este punto, la tarea de un periodismo ético es imprescindible, porque los medios pueden polarizar, reforzar la polarización o, por el contrario, intentar que la opinión pública se convierta en un espacio en que se ejerce **el uso público de la razón**.

## ADELA CORTINA

### 1. El mundo de hoy: la democracia se debilita

Desde los años 90 del siglo XX, venimos viviendo un proceso de recesión democrática, que se traduce en una congelación de las democracias existentes, una autocratización de países que habían iniciado el camino democrático y una pérdida en la calidad de las democracias tradicionales. Así lo señalan los más destacados índices de calidad de la democracia, como los de *The Economist*, la Freedom House o el V-DEM Institute de la Universidad de Gotemburgo. Según estos, la democracia no está en caída li-

bre, pero pierde fuerza y se produce la tercera ola de la autocratización. La situación es preocupante. Desde los años 70, el progreso en la democracia había llevado a pensar que nos encontrábamos en ese triunfo de la democracia liberal que suponía una suerte de fin de la historia, y, sin embargo, el retroceso desde el cambio de siglo, en el ámbito nacional y global, es innegable. Teniendo en cuenta que la democracia es la mejor forma de organización política que hemos sabido construir, fortalecerla es, a mi juicio, un deber ético y político.

Averiguar cuáles son las causas de

la recesión es urgente y, sin duda, son diversas, pero dos de ellas afectan especialmente al tema de esta contribución: el aumento de una polarización tóxica, sobre todo porque los líderes políticos recurren al discurso del odio en muchos países, y el hecho de que la digitalización posibilite la desinformación. Muchas democracias son el objetivo de campañas extranjeras *online* de desinformación y, asimismo, el 70% de los regímenes autocráticos usa internet para manipular la información en sus países<sup>1</sup>.

Realmente, la polarización tóxica que se difunde a través de las redes y en los medios de comunicación es un obstáculo para forjar una convivencia justa y una democracia que merezca ese nombre. Si esa polarización es un fenómeno reversible o no tiene vuelta atrás es una pregunta crucial, a la que intentaremos responder, teniendo muy en cuenta el papel que pueden jugar los medios de comunicación, para bien o para mal.

## **2. Las sociedades polarizadas no nacen, se hacen**

En principio, conviene definir el término y un buen procedimiento consiste en acudir al Diccionario de la RAE, que, entre otras acepciones del verbo “polari-

zar”, ofrece la que en nuestro caso cuadra perfectamente: polarizar significa “orientar en dos direcciones contrapuestas”. Aunque algunos autores consideran que la polarización en una sociedad no lleva necesariamente a polos extremos, llamados a batirse el cobre, sino que basta con que sus miembros se encuadren en grupos contrarios, que se forjen identidades diferentes, no parece esta una consideración muy acertada. Hablar de “direcciones contrapuestas” implica oposición entre los polos sociales, que difícilmente encontrarían puntos comunes para construir juntos la vida, difícilmente podrían generar lo que Aristóteles llamaba una “amistad cívica”. Es más, en una sociedad polarizada, los grupos en conflicto ni siquiera se esfuerzan por encontrar puntos comunes. A diferencia del pluralismo ético y social, que es sustancial a una sociedad democrática, porque consiste en compartir unos mínimos de justicia y respetar las distintas opciones de vida buena<sup>2</sup>, la polarización comporta fragmentación desintegradora y conflictos, destruye la vida social.

Como bien decía Juan Linz en el caso de la política, la polarización partidista lleva al “vaciamiento del centro” y a la “abdicación de los moderados”<sup>3</sup>. Cuan-

<sup>1</sup> Informe Anual de 2021 del V-Dem Institute de la Universidad de Gotemburgo.

<sup>2</sup> Adela Cortina, *Ética mínima*, Tecnos, Madrid, 1986; John Rawls, *El liberalismo político*, Crítica, Barcelona, 1996.

<sup>3</sup> *La quiebra de las democracias*, Alianza, Madrid, 1987.

do, al menos en España, la ciudadanía se sitúa mayoritariamente en el centro, no en los extremos, pero el discurso polarizador, frecuente en las redes y en los medios, produce una sensación de conflicto que no corresponde a la ciudadanía corriente y moliente.

## La polarización comporta fragmentación desintegradora y conflictos, destruye la vida social

¿Es este de la polarización un fenómeno nuevo? En absoluto. Es tan antiguo como la humanidad, como ocurre con la existencia de los bulos, la desinformación y la mentira, que han sembrado crispación a lo largo de la historia. Ocurre, sin embargo, que ahora la celeridad con que todo ello se transmite a lo largo y ancho del mundo a través de las redes sociales y a través de la prensa, en papel y digital, aumenta su visibilidad y tiene efectos que antes no podían soñarse; amén de que los agentes de polarización cuentan con datos de las ciencias cognitivas que les permiten ser enormemente eficaces. Y, por si faltara poco, en pleno siglo XXI, la argumentación debería haber ganado más terreno en el espacio público de lo que permite una sociedad polarizada.

Pero la buena noticia es que la polarización es superable, porque es preciso distinguir entre la “predisposición” a la polarización, que forma parte nuestra, y “el hecho” de que las sociedades se polaricen y lleguen a conflictos insuperables.

En efecto, es ya un lugar común en neurociencias y en antropología evolutiva reconocer que nuestro cerebro tiene “tendencias” tribales, porque a lo largo del proceso evolutivo, en los siglos en que fue conformándose, los seres humanos vivíamos en grupos muy reducidos, homogéneos en raza y costumbres, y bregábamos por nuestra supervivencia solidarizándonos con los miembros del grupo y repeliendo a los extraños, que experimentábamos como enemigos peligrosos<sup>4</sup>. En ese tiempo, los códigos que fue incorporando el cerebro eran fundamentalmente emocionales y reforzaban la ayuda mutua intragrupal y el rechazo extragrupal. De esta tendencia a cerrar filas frente a lo que se experimenta como un peligro para la propia supervivencia procedería la tendencia al tribalismo, al refuerzo de las identidades grupales, a la polarización, sea política, ideológica o afectiva. Se trataría, por tanto, de una tendencia adaptativa.

Pero una predisposición no es un destino implacable, no lleva necesariamente a construir sociedades polarizadas. Nuestro cerebro es plástico, contamos con

<sup>4</sup> Ver la bibliografía recogida en Adela Cortina, *Aporofobia*, Paidós, Barcelona, 2017, cap. 4.

otras tendencias, como la simpatía, en principio selectiva con los genéticamente cercanos, aunque capaz también de traspasar las barreras del parentesco, hasta el punto de que incluso en el pleistoceno hubo casos de relaciones intergrupales<sup>5</sup>. Y, por supuesto, cuando fueron cambiando las condiciones de la adaptación evolutiva se fue mostrando que lo inteligente es reciprocitar, estar dispuesto a dar a cualesquiera personas, traspasando la barrera de “los nuestros”, con tal de recibir algo a cambio. Por eso fueron ganando terreno las sociedades contractuales, que forjan Estados de derecho, frente a las sociedades tribales<sup>6</sup>.

El procedimiento polarizador consiste en manipular las emociones de los ciudadanos para obtener su voto

No obstante, las tendencias tribales quedan latentes y pueden ser manipuladas por agentes polarizadores, empeñados

en sembrar la discordia y el conflicto por distintos motivos, como sacar provecho personal o grupal en poder, votos, dinero o adeptos para los propios proyectos. Se trata entonces de reforzar identidades contrapuestas manejando “herramientas de polarización” lo más cercanas posible a la emoción para evitar razonamientos serenos. Esas herramientas son muy diversas, por ejemplo, la política y religión<sup>7</sup>, que pueden unir o dividir según quien las maneje, pero también el arte, la filosofía, el deporte y toda actividad que pueda oponer identidades, ligadas a emociones, dotadas de un carácter moral que desautoriza a los adversarios, convirtiéndolos en enemigos. Un caso de libro es el de los partidos políticos, que reclutan a polarizadores para competir por un espacio muy restringido del electorado y no a tejedores de acuerdos que puedan desarrollar un programa de gobierno<sup>8</sup>. Pero tampoco es una bagatela el caso de los nacionalismos, tan retrógrados ante la evidencia del cosmopolitismo<sup>9</sup>.

No nacemos, pues, polarizados, la polarización se hace, hay agentes pola-

**5** K. Sterenly, *The evolved apprentice: How evolution made humans unique*, MIT Press, Cambridge, 2012; Allen Buchanan, *Our moral fate. Evolution and the scape from tribalism*, MIT Press, Cambridge and London, 2020, 113.

**6** Adela Cortina, *Neuroética y neopolítica*, Tecnos, Madrid, 2011, cap. 4.

**7** Jonathan Haidt, *La mente de los justos. Por qué la política y la religión dividen a la gente sensata*, Deusto, 2019.

**8** Luis Miller, “Para entender la polarización”, en *Letras Libres*, 56, 2020, 6-8.

**9** Adela Cortina, *Ética cosmopolita*, Paidós, Barcelona, 2021.

rizadores que recurren a métodos para enfrentar a los miembros de una sociedad como narraciones *ad hoc*, discursos expresivos, formas sesgadas de contar las noticias en los medios de comunicación y, por supuesto, en las redes sociales. Y en este punto, la tarea de un periodismo ético es imprescindible, porque los medios pueden polarizar, reforzar la polarización o, por el contrario, intentar que la opinión pública se convierta en un espacio en que se ejerce el uso público de la razón, que es el único modo de ayudar a cultivar una ciudadanía madura y crítica, sin la que no hay ni personas autónomas ni democracia posible<sup>10</sup>. Las dificultades son sin duda grandes.

### 3. ¿Podrá la democracia sobrevivir a internet?

En 2017, Nathaniel Persily se preguntaba “Can Democracy Survive the Internet?”. Escribió el artículo alarmado por la campaña electoral de 2016 en Estados Unidos, que fue una campaña digital: se produjo desde todas las esquinas del ciberespacio, y no solo desde Estados Unidos. El jefe de la estrategia de Trump era el *chairman* de una web, que retuiteaba todos los artículos. Estas campañas, plagadas de bulos, insultos, agresiones verbales, se combinaban con la insatisfacción de la ciudadanía con las instituciones. Las claves de

la campaña eran la viralidad, los discursos agresivos, apelando a las emociones, a los intereses y al miedo<sup>11</sup>.

Y, sin embargo, el mundo de las redes sociales había nacido como una esperanza de democratización. Surgían nuevos canales de comunicación, cualquier persona podía producir información, publicar su opinión a través de blogs o tuits, consumir información de manera rápida, barata, gratuita, seleccionar a qué personajes influyentes y prescriptores quería seguir, en qué comunidad se inscribía. Nació el “periodismo ciudadano” que podía poner fin a las jerarquías informativas. Parecía, pues, que las redes sociales hacían posible una consolidación de las democracias y un descenso del autoritarismo.

Por supuesto, bien utilizadas, las redes sociales son un excelente canal para la libre expresión de la ciudadanía. La información universal que en principio pretendía ofrecer Google hubiera sido una fuente de democratización, porque habría abonado un pueblo informado, con capacidad crítica, un espacio público para el intercambio de ideas, la argumentación y la participación en los asuntos públicos. Ojalá las plataformas hubieran continuado en la dirección original.

No obstante, el triunfo de Trump, el del Brexit, los sucesos del 1 de octubre

<sup>10</sup> Adela Cortina, “Periodismo imprescindible”, en *El País*, 29 de enero de 2018.

<sup>11</sup> Nathaniel Persily, *Journal of Democracy*, vol. 28, n.º 2, 2017, p. 74.

en Cataluña o el fracaso del Plan de Paz de Colombia hicieron de 2016 un *annus horribilis* para el prestigio democratizador de las redes; una pérdida de prestigio que no ha hecho sino aumentar. De hecho, el estudio de la polarización de las sociedades a través de las redes es uno de los *rending topic* de la filosofía y la ciencia política.

#### **4. La construcción de sociedades polarizadas**

Ciertamente, si es verdad, como quería John Dewey, que el principal problema de la democracia es el de resolver cómo se forman las mayorías<sup>12</sup>, el procedimiento polarizador consiste en manipular las emociones de los ciudadanos para obtener su voto, ofreciéndoles un marco axiológico sencillo, en el que puedan encuadrar los acontecimientos y los hechos políticos. Es el viejo procedimiento de la retórica que pretende manipular emociones por medio de la persuasión, un procedimiento para el que hoy dan una base las ciencias cognitivas.

En efecto, las ciencias cognitivas muestran que los seres humanos pensamos en términos de marcos valorativos y de metáforas. Los marcos están presentes en las sinapsis del cerebro en la forma de circuitos neuronales. Interpretamos los hechos desde esos marcos de

modo que cuando los hechos no encajan en los marcos, mantenemos los marcos e ignoramos los hechos. Esto explica que conocer escándalos en relación con los políticos del propio grupo, tener noticia de que son incoherentes, corruptos, que no ofrecen realmente propuestas sino mascaradas, no cambie las posiciones de un buen número de ciudadanos. Una vez construido el marco, si los hechos no cuadran con el marco -parecen decir-, peor para los hechos.

Dado que esos marcos se encuentran ligados a las emociones, están conectados con los valores y la motivación. Y como los conocemos a través del lenguaje, porque las palabras se definen en relación con los marcos conceptuales y cuando se oye una palabra el marco se activa en el cerebro, potenciar un marco requiere crear un lenguaje capaz de sintonizar con las emociones de los votantes. Esta es la clave del procedimiento emotivista para formar mayorías: crear un marco valorativo a través de un lenguaje simplificador que cale en las emociones de los ciudadanos.

Y en este punto, el agente polarizador cuenta con la ayuda de la naturaleza de las redes sociales. Existen distintas propuestas para entender cómo funcionan, como sería el caso del “filtro burbuja”, el hecho de que las recomendaciones

<sup>12</sup> John Dewey, *Lo público y sus problemas*, Morata, Madrid, 2004, p. 168.

del algoritmo hagan entrar a los sujetos en ese filtro burbuja que refuerza sus creencias, teniendo en cuenta nuestro sesgo de confirmación<sup>13</sup>; o “las cámaras de eco”, que implican que los individuos entrarían en relación solo con los sujetos afines ideológicamente y no con los que adoptan otros puntos de vista<sup>14</sup>. Todo esto reforzaría a los sujetos en sus convicciones, produciendo una mayor división en la sociedad.

Estamos destruyendo el valor de la palabra, medio en el que construimos nuestra vida compartida

Pero a ello habría que añadir lo que Pérez Zafrilla llama la “polarización artificial”, que se produce cuando los sujetos compiten por mejorar su prestigio en la red con una escalada de expresiones emotivas, que da como resultado un clima de aparente polarización, amplificado por la dinámica viralizante de la red. Como bien decía Nietzsche, “nos las arreglamos mejor con nuestra mala

conciencia que con nuestra mala reputación”, y los sujetos desean mejorar su reputación en el seno de su grupo lanzando las mayores condenas morales frente a los adversarios, en una escalada de improprios emotivos, en los que en ocasiones ni ellos mismos creen. Esto produce una sensación de polarización ficticia entre los grupos que no se corresponde con la vida real, porque se trata de una estrategia para ganar prestigio, no de buscar la verdad o el acuerdo<sup>15</sup>. Con todo lo cual, estamos destruyendo el valor de la palabra, que es el medio en el que los seres humanos podemos construir nuestra vida compartida.

### **5. Cuidar la palabra. El papel insustituible de un periodismo ético**

En un artículo que llevaba por título “Rescatar la palabra”, recordaba aquel verso de Blas de Otero “me queda la palabra” al que tantas veces hemos recurrido en situaciones de desmoralización. “Si he perdido la vida, el tiempo, todo lo que tiré, como un anillo, al agua, si he perdido la voz en la maleza, me queda la palabra” -decía el bien conocido texto-<sup>16</sup>. Para disentir o para acordar, seguimos

<sup>13</sup> Eli Pariser, *El filtro burbuja*, Barcelona, Taurus, 2017.

<sup>14</sup> Cass Sunstein, *República.com. Internet, democracia y libertad*, Barcelona, Paidós, 2003.

<sup>15</sup> Pedro J. Pérez Zafrilla, “Polarización artificial: cómo los discursos expresivos inflaman la percepción de polarización política en internet”, en *Recerca*. 26 (2) 2021, pp. 1-23.

<sup>16</sup> Adela Cortina, *El País*, 22 de enero de 2020.

creyendo que siempre nos queda la palabra. El medio más propiamente humano para construir la vida conjunta. Cuidar la palabra es una necesidad vital para reforzar la democracia y construir una convivencia justa.

Este fue el sentido de esa ética de los medios de comunicación que, aunque tenía una larga prehistoria, se configuró como ética mediática en los años 70 del siglo XX, cuando, coincidiendo con la extensión de la democracia, se produjo la revolución de las éticas aplicadas. Se trataba de incorporar la ética cívica, propia de las sociedades pluralistas, a las distintas esferas de la vida social, una de las cuales es la esfera de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Proliferaron en esa época las declaraciones de colectivos de periodistas y los códigos de ética de la profesión, dando fe de que “una ética de los medios es esencial para construir sociedades democráticas, plurales y abiertas”.

Como en cualquier actividad profesional, la piedra angular de esa ética era la meta que le daba sentido y legitimidad social y que consistía en tratar de aumentar la libertad de la ciudadanía, ofreciendo informaciones contrastadas, opiniones razonables e interpretaciones plausibles, distinguiendo entre información y opinión, comunicando los hechos relevantes para el público, haciendo posible la libre

expresión de los profesionales y de la ciudadanía y entreteniéndolo a poder ser de una forma digna. Se trataba de cultivar una opinión pública razonante, que es un lema de la Ilustración, construyendo pueblo, y no simplemente masa<sup>17</sup>.

Un periodismo ético, responsable de sus expresiones y opiniones tanto en el caso del periodista como en el de la empresa informativa, podía generar confianza entre la ciudadanía.

Si los medios cuentan las noticias desde la perspectiva de buenos y malos, refuerzan la polarización tóxica

Evidentemente, en aquel tiempo había posiciones contrapuestas, como es propio de una sociedad pluralista, lo cual era una excelente noticia frente a las sociedades moralmente monistas, de una sola propuesta ética. No obstante, no había aflorado esa polarización, que se ha ido exacerbando como resultado de la insatisfacción y, sobre todo, de la acción de los agentes polarizadores que actúan a través de las redes, pero también a través de los medios de comunicación. Cuando lo cierto es que la meta que da a los medios de comunicación sentido y

<sup>17</sup> Adela Cortina, “Periodismo imprescindible”, en *El País*, 29 de enero de 2018.



legitimidad social es cuidar la palabra, potenciar la comunicación, evitando echar leña al fuego de las polarizaciones interesadas.

La gran dificultad estriba en que la empresa informativa cuenta desde siempre con dos peculiaridades que, mal utilizadas, le pueden llevar a desvirtuar la profesión y a convertirse en agente artificialmente polarizador.

Por una parte, información es poder, es capacidad de influir en las mentes y en las actitudes de las personas. Dado que vivimos una “construcción mediática de la realidad” porque la ciudadanía conoce su mundo a través de los medios y las redes, contar los hechos desde una perspectiva polarizadora, en la que determinados grupos o partidos representan la dignidad moral y los contrarios, la indignidad, hace imposible un marco de razón pública, solo queda una opinión pública sesgada. Si los medios insisten en contar las noticias desde la perspectiva de buenos y malos, no hacen sino reforzar la polarización tóxica tan abundante en las redes. No son entonces agentes de democratización, sino de todo lo contrario.

Por otra parte, información es mercancía, es un instrumento para generar beneficio económico, lo cual en principio está muy bien, puesto que las empresas tienen que ser sostenibles económica y socialmente. Pero si solo buscan generar

beneficio económico y en el plazo más corto posible, sesgarán la información a gusto del financiador. Y entonces, además de contar la historia desde la distinción entre héroes y villanos, la empresa informativa entrará también en el juego de atender al “me gusta/no me gusta”, que es un medio infalible para apostar por lo que puede viralizarse, que no suele ser lo más razonable.

O, todavía peor, puede condenar a una parte de la población a sufrir lo que Noelle-Neumann llamó “la espiral del silencio”<sup>18</sup>. Ese proceso en que las observaciones que se hacen en unos u otros contextos incitan a unas gentes a expresar sus opiniones porque son las aceptadas, y a otras, a silenciar sus opiniones porque serían rechazadas, hasta que en un proceso en espiral un punto de vista domina la escena pública y los demás quedan silenciados. Y, como, siguiendo a Tocqueville, “las gentes tememos más el aislamiento que el error”, acabamos dando por bueno condenar a una parte de la población a sufrir la espiral del silencio. ¿Qué hacer ante todo ello?

A mi juicio, construir y consolidar la democracia exige cultivar la poliarquía de los medios de comunicación, de modo que la ciudadanía pueda elegir entre ofertas cuya adscripción ideológica se conozca, dado que la neutralidad es imposible. Fomentar un periodismo profesional,

18 Elisabeth Noelle-Neumann, *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona, 1995/2010.

competente y riguroso, de modo que se puedan pedir responsabilidades tanto a los profesionales como a las empresas mediáticas. Y muy especialmente, potenciar un periodismo comprometido con el

objetivo de ayudar a promover una sociedad informada y abierta, consciente de que el mundo no está dividido en villanos y héroes, sino que quienes lo polarizan de ese modo son los auténticos villanos. ■