

Guerreros de la verdad



De un tiempo a esta parte, la verdad ha recuperado su prestigio. Después de [años de relativismo](#), donde lo políticamente correcto era comparecer en el espacio público sin razones más fuertes que el “yo lo siento así”, hoy se permite alzar la voz para decir que no todas las opiniones valen lo mismo, que los hechos importan y que los populistas están en el error.

Bienvenido sea el renovado interés por la verdad, para el que piden más atención los medios en su combate contra el sentimentalismo y la “democracia posfactual”. Lara Setrakian, fundadora de News Deeply, [ha expresado muy bien](#) esa inquietud en un acto de la Escuela de Periodismo UAM-El País: los periodistas no pueden ser “turistas intelectuales que sacan una instantánea”, sino que deben convertirse en “guerreros de la verdad”, entusiasmados por ayudar a comprender el mundo y a transformarlo. Y para evitar que alguien confunda la información periodística con los “arremete”, los “tumba” y los “incendia la red”, insiste en frenar la polarización con más “debate armonioso”.

Sin embargo, para que este proceso de conversión colectivo pueda considerarse sincero (y culturalmente relevante), hace falta algo más que proclamar la guerra a los enemigos de la verdad. Lo primero es admitir que la búsqueda de la verdad es una tarea ardua: para evitar el dogmatismo, es preciso mirar a una realidad que nos trasciende y apoyarse en la ayuda de los demás.

Esto exige apertura de mente, también para reconocer que ni “los míos” tienen el monopolio de la verdad, ni “los tuyos” están siempre en el error. Lo más asombroso de la búsqueda de la verdad es que esta puede hacer su aparición estelar por el lado más inesperado, incluido el de los adversarios políticos.

Por eso, no tiene sentido enfrentar la tolerancia con la verdad. La tolerancia democrática o *creadora* –como también la llamaba el sociólogo húngaro Karl Mannheim– consiste en establecer relaciones de cooperación con los que discrepan. El verdadero ideal de la tolerancia, decía Mannheim, “está arraigado en la fe de que la voz de Dios puede hacerse oír a través, incluso, del más humilde de los miembros de la comunidad”.

También habrá que estar en guardia frente a los propios prejuicios, y no solo frente a los ajenos. No podemos pensar que los prejuicios son unos bichos raros que aparecen siempre y solo en el entendimiento de los demás.

Tomarse en serio al discrepante, escucharle con atención, revisar nuestros prejuicios... No son tareas sencillas. Pero uno intuye que, más que el espíritu guerrero, lo que nos aproxima a la verdad

es el espíritu de cooperación.

[El suicidio asistido \(de la prensa norteamericana\)](#)

El fin de semana del discurso inaugural ha sido para muchos la confirmación que Trump y su equipo han declarado la guerra a los medios de comunicación. Los atacan y cuestionan. Así posiblemente pretenden conseguir que se irriten de tal modo que transmitan indignación a los públicos. Ya se sabe que la indignación permanente es una forma muy sutil de manipular... Y, de momento, el ambiente continúa bastante caldeado: no son habituales las manifestaciones de protesta sólo comenzar un mandato. “No se le ha concedido a Trump la convención de juzgarlo en 100 días de Gobierno. Ni siquiera se le han permitido 100 horas”, [escribe](#) Rubén Amón.

Uno de los puntos de fricción entre la Administración Trump y la prensa ha sido a raíz de la cifra de asistentes a la ceremonia de inauguración. El nuevo secretario de prensa rechazó los números publicados por los medios aportando sus propios cálculos. Estos serían los “hechos alternativos” a los que se [refería](#) la consejera de la Casa Blanca Kellyanne Conway. Estas declaraciones han generado revuelo y el *hashtag* #alternativefacts ha convivido con otros como #PostTruth o #1984. “We have gone full Orwell”, [afirma](#) Margaret Sullivan, columnista de medios del *Washington Post*. Realmente parece un episodio de posverdad en estado puro. Es peligroso que este tipo de discurso llegue a calar en los públicos, como [alertaba](#) hace meses la editora de *The Guardian*. Según Katharine Viner, “cuando los hechos empiezan a ser todo aquello que tú consideras que es verdad, se hace muy difícil para cualquiera diferenciar los hechos que son verdad y los *hechos* que no”.

Aquí parece que apunta la estrategia de comunicación de la nueva Administración. Independientemente de cómo acabe la disputa, Trump ya ha conseguido una cosa: convertir a los medios en sus enemigos. El conflicto es el mensaje; las cifras de asistencia, la excusa. Es el tipo de discusión entre la organización y la Guardia Urbana sobre el número de manifestantes. Sólo que -en este caso- el papel de la Guardia Urbana lo interpretan los medios, como [señala](#) un bloguero de *Libération*. Los medios son una parte del conflicto. De hecho, el nuevo secretario de prensa de la Casa Blanca, Sean Spicer, ya ha dicho que van a hacer rendir cuentas a la prensa (hasta ahora era justo al revés: eran los medios quienes tenían la función de vigilar al gobierno). Si aceptan el papel de enemigos que les otorga la narrativa presidencial, los medios se invalidarán a sí mismos para informar de forma neutral y, por tanto, creíble. La prensa podría estar a punto de hacerse el *harakiri*. Si sucediera, los “hechos alternativos” pasarían a ser sencillamente los “hechos”.

¿Qué hacer? Sullivan [anima](#) a los periodistas a no morder el anzuelo: “Recordando siempre que su misión es explicar la verdad y hacer rendir cuentas a los cargos públicos, han de atrincherarse, prestando mucha más atención a las acciones que a *tweets* emocionales o a las mentiras de la sala de prensa, aunque han de seguir estando dispuestos a clamar contra las falsedades cuando estas suceden”. En este sentido, el corresponsal *media* de *Politico*, Jack Shafer, [apunta](#) que toda esta polémica ha distraído de una noticia mucho más relevante, que fueron las protestas. Además, opina que si bien Trump representa una enorme amenaza, esta es nueva sólo en escala, no en esencia: Obama también manipulaba aunque lo hiciera de forma amable. “Tiempos extraordinarios como estos requieren medidas *normales*: presentar las noticias de forma meticulosa, incisiva y calmada”,

recomienda Shafer. Ante todo, mucha calma.