

Alejo Schapire

La traición progresista

Prólogo de Pola Oloixarac



PENÍNSULA



libros del Zorzal

Alejo Schapire

La traición progresista

Prólogo de Pola Oloixarac

© Libros del Zorzal, 2021

Queda rigurosamente prohibida sin autorización por escrito del editor cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra, que será sometida a las sanciones establecidas por la ley. Pueden dirigirse a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesitan fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47).
Todos los derechos reservados.

Primera edición: marzo de 2021

Prólogo: Pola Oloixarac

© de esta edición: Edicions 62, S.A., 2021
Edicions Península,
Diagonal 662-664
08034 Barcelona
edicionespeninsula@planeta.es
www.edicionespeninsula.com

MARIA GARCÍA - fotocomposición
Depósito legal: B. 2.815-2021
ISBN: 978-84-9942-974-8

ÍNDICE

No es tan complejo o La izquierda, esa madre monstruo, de <i>Pola Oloixarac</i>	11
Introducción	17
1. La burbuja: la manufactura del falso consenso	21
2. La libertad de ofender	33
3. La construcción del nuevo orden moral	55
4. El lenguaje exclusivo	65
5. El antisemita perfecto	81
6. Israel: una obsesión progresista	95
7. La izquierda identitaria al asalto del universalismo	129

LA BURBUJA: LA MANUFACTURA DEL FALSO CONSENSO

Es tan difícil encontrar a un corresponsal en Washington que no aborrezca a Donald Trump como a uno que no hubiera sucumbido durante la presidencia anterior a los encantos de Barack Obama. Pero esta no es una tendencia particular del antiimperialismo de los periodistas extranjeros. En 2016, el 90% de la prensa estadounidense hizo explícito su respaldo a la candidata demócrata Hillary Clinton y llamó a bloquear la llegada del republicano a la Casa Blanca.

En vísperas de la elección presidencial, de los cien diarios de mayor difusión en Estados Unidos, 57 publicaron su *endorsement* a la ex primera dama, mientras Trump sólo obtuvo el de dos diarios, lo que constituyó el récord de la menor cantidad de apoyos en la historia norteamericana para uno de los dos grandes partidos. Y se trataba de los responsables editoriales de los diarios; probablemente, si este respaldo se hubiese resuelto por votación en las redacciones, el desequilibrio habría sido aún mucho mayor. En cualquier caso, el resultado final de la contienda dejó expuesto un claro divorcio entre la visión de quienes confec-

cionan el relato informativo, que además fallaron a la hora de anticipar la victoria republicana, y los electores.

En marzo de 2017, el afamado estadístico Nate Silver, quien supo predecir con gran precisión la victoria de Barack Obama en 2008 (acertó el resultado en 49 de los 50 estados) pero falló a la hora de anunciar el triunfo de Trump, propuso una serie de artículos para analizar la cobertura de la campaña electoral de 2016 y por qué los grandes medios estadounidenses subestimaron las chances del *outsider* republicano. En la novena entrega de la serie, titulada «There Really Was a Liberal Media Bubble»¹ [Había realmente una burbuja liberal mediática], el autor cuestionó la falta de diversidad ideológica de quienes trabajan en los diversos soportes de la prensa y recordó que «en 2013 sólo el 7 % de los periodistas norteamericanos se identificaban como republicanos», mientras que en 1971 eran el 25,7 %, más del triple.²

A este sesgo ideológico, se le agregaba un fenómeno social: si en 1971 sólo el 58,2 % tenía un título universitario, en 2013 la cifra trepaba al 92,1 %. Esta homogeneidad sociológica se agravó con la crisis de la prensa de papel y la huida de los anunciantes a la web. En los años noventa, los diarios y semanarios empleaban a alrededor de 455.000 periodistas, vendedores o diseñadores, según estadísticas ofi-

1. Nate Silver, «There Really Was a Media Liberal Bubble», en *Five Thirty Eight*, 10 de marzo de 2017, disponible en línea: <<https://fivethirtyeight.com/features/there-really-was-a-liberal-media-bubble/>>.

2. Véase Lars Willnat y David H. Weaver, *The American Journalist in the Digital Age. Key Findings*, disponible en línea: <<http://archive.news.indiana.edu/releases/iu/2014/05/2013-american-journalist-key-findings.pdf>>.

ciales del US Bureau of Labor Statistics. En enero de 2017, esta cifra se redujo a 173.900 personas.³

La producción periodística se transformó por los imperativos editoriales de internet (reactividad, viralidad, tiranía del clic), pero además por una cuestión física y geográfica: la localización de los sitios de fabricación de contenidos. Los principales periódicos ya estaban situados en Washington, Nueva York o Los Ángeles; los medios *online* también optaron por instalarse allí donde estaban sus lectores, así como el poder político, económico y del entretenimiento. Estas urbes con poblaciones cosmopolitas, marcadas por la alta concentración del poder adquisitivo y el acceso a estudios terciarios, muestran asimismo una particularidad: votan masivamente por los demócratas.

Mientras los periódicos pequeños y medianos de papel tuvieron peso en las áreas rurales de Estados Unidos, existía cierto equilibrio frente a los referentes periodísticos progresistas, pero este se esfumó con la crisis del sector y el fortalecimiento de los polos liberales situados en las costas Este y Oeste de Estados Unidos. De este modo, se produjo un ecosistema en el que el sesgo del periodista, el entorno urbano liberal, el lector de alto poder adquisitivo y con altos estudios fabrican una burbuja ideológica que se retroalimenta, mirándose al espejo al tiempo que ignoran lo que no pasa por su radar o lo descartan para no contrariar a su

3. Véase Jack Shafer y Tucker Doherty, «The Media Bubble Is Worse than You Think», en *Politico Magazine*, mayo-junio de 2017, disponible en línea: <<https://www.politico.com/magazine/story/2017/04/25/media-bubble-real-journalism-jobs-east-coast-215048>>.

campo. El fenómeno, amplificado por el modo de funcionamiento de las redes sociales exacerbado por los algoritmos, es conocido como «cámara de eco».

El problema, tanto para la prensa como para su audiencia, es que Trump ganó, y los cronistas, analistas y agoreros que lo ridiculizaron y subestimaron el fenómeno que representaba no supieron anticiparlo. Instalar que la suerte estaba echada y que Hillary Clinton sería la sucesora natural de Obama no sólo infravaloró la capacidad de Trump, sino que además dio alas a los seguidores de Bernie Sanders, quienes se sintieron a sus anchas para torpedear a la archifavorita, una exsecretaria de Estado atacada tanto por derecha como por izquierda, lo que sirvió en definitiva a la estrategia de los republicanos.

Algunos periódicos, al menos durante algunos días en los que seguían amargados y aturcidos por el resultado electoral, ensayaron un *mea culpa*. Fue el caso de *The New York Times*, que en el editorial del 13 de noviembre de 2016⁴ se preguntaba si este medio, como otros, había subestimado el apoyo a Trump entre los votantes estadounidenses. «¿Qué fuerzas y tensiones condujeron esta elección divisiva y su resultado?», preguntaba angustiado el diario de referencia de Estados Unidos.

¿Estaba dispuesta la prensa *mainstream* a un autoexamen de conciencia? ¿Estaban sus lectores listos para enfrentar

4. Arthur Sulzberger Jr. y Dean Baquet, «To Our Readers, from the Publisher and Executive Editor», en *The New York Times*, 13 de noviembre de 2016, disponible en línea: <<https://www.nytimes.com/2016/11/13/us/elections/to-our-readers-from-the-publisher-and-executive-editor.html>>.

una visión del mundo distinta que, a través de las urnas, les había arrebatado el poder sin que lo vieran venir?

EL NAZI DE LA CASA DE AL LADO

En noviembre de 2017, el *Times* publicó «A Voice of Hate in America's Heartland»⁵ [Una voz de odio en el corazón de Estados Unidos], el perfil de Tony Hovater, un joven de veinticinco años, de Ohio, amante de *Twin Peaks*, *Seinfeld* y Adolf Hitler. El artículo, lejos de ser condescendiente, exponía cómo un estadounidense blanco promedio podía abrazar la cultura pop de su época, tener un lado *hipster*; mientras se suscribía a tesis neonazis, negacionistas y todos los clichés antisemitas.

«Es el simpatizante nazi que vive en la casa de al lado, cortés y de bajo perfil en una época donde las viejas fronteras del activismo político parecen estar en un cambio constante que genera alarma», advertía Richard Fausset, quien había esbozado un retrato de ese Estados Unidos que había llevado a Trump al poder.

Podría pensarse que la iniciativa del *Times* de tratar de comprender qué estaba pasando con un informe de campo sería celebrada por un lectorado ávido de entender y conocer mejor al enemigo. Error. La iniciativa desató, en cambio, un torrente de indignación. «¿Qué diablos es esto,

5. Richard Fausset, «A Voice of Hate in America's Hartland», en *The New York Times*, 25 de noviembre de 2017, disponible en línea: <<https://www.nytimes.com/2017/11/25/us/ohio-hovater-white-nationalist.html>>.

New York Times? Este artículo hace mucho más por normalizar el neonazismo que cualquier cosa que haya leído en mucho tiempo», se indignó Nate Silver, el mismo estadístico que no había visto venir el triunfo de Trump... La lluvia de críticas al artículo pasó por denunciar una banalización del mal o decir que ya se sabía que el mal podía ser banal, que se daba una plataforma a los neonazis y, por supuesto, amenazas de interrumpir la suscripción a *The New York Times*, que había experimentado un salto récord en las suscripciones (308.000 nuevos abonados en el primer cuatrimestre del 2017).⁶ La nota creó tal desazón, que el diario se vio obligado a poner un aviso en la edición digital de ese texto, indicando que «el artículo había recibido una reacción significativa, sobre todo pronunciadamente crítica». Al encabezado le seguían dos enlaces a aclaraciones del editor y el autor de la nota, tratando de hacer una defensa. Al parecer, la ola de suscripciones a *The New York Times* no tenía tanto que ver con la sed de estar mejor informado para prevenir otra mala sorpresa, sino más bien con un modo de militar junto al diario denostado por el presidente estadounidense.

Los medios que Trump ama detestar mordieron el anzuelo tendido por el mandatario: entraron en modo «resistencia» —en la *home* de su sitio web, el *Washington Post* izó

6. Véase Harriet Agerholm, «*New York Times* Breaks Subscriptions Record despite Donald Trump's Vocal Opposition», en *Independent*, 3 de mayo de 2017, disponible en línea: <<http://www.independent.co.uk/news/world/americas/new-york-times-subscription-record-donald-trump-opposition-2017-first-quarter-us-president-a7716106.html>>.

un *banner* que reza «Democracy Dies in Darkness»—, renunciando *de facto* a la pretensión de brindar una información que aspire a la imparcialidad. Perder la sangre fría fue puro negocio para Trump, que consiguió la prueba de que existe un sesgo asumido contra su campo y puso de moda la expresión «Fake News». También fue negocio para los medios progresistas, que vieron estallar el número de abonados. Que la calidad informativa o del nivel de debate de ideas se haya beneficiado con esta polarización es menos evidente.

Otro intento por escuchar al adversario, aunque no sea más que para denunciar sus ideas, naufragó en el otoño boreal de 2018. *The New Yorker* había invitado a participar a Steve Bannon, el estratega de la exitosa campaña electoral de Trump, en un debate de su October Festival. La idea del editor de la prestigiosa revista del progresismo intelectual neoyorquino, David Remnick, era interrogar ante el público a Bannon «con la intención muy clara de hacer preguntas difíciles y llevarlo a mantener una conversación muy seria y combativa», según sus palabras. Sin embargo, una campaña desde la propia redacción de la revista y las redes sociales, así como la amenaza del actor Jim Carrey y el director de cine Judd Apatow de no presentarse al festival en caso de que Bannon concurriese al evento, llevaron a la publicación a «desinvitar» al artífice de la victoria republicana. Esto le permitió además a Bannon posar como víctima de la censura. «Mi razón para aceptar [la invitación] era simple: quería enfrentar a uno de los periodistas más temerarios de su generación. En lo que calificaría de momento decisivo,

David Remnick demostró que no tenía agallas cuando debía enfrentar los aullidos de una turba *online*», replicó.

¿Acaso no hubiera sido beneficioso rebatir en público las ideas del hombre que llevó a Trump a la Casa Blanca y hoy, instalado en Europa, busca allanar el camino de los populismos de extrema derecha al poder? Es difícil esgrimir que esto les hubiese dado demasiada visibilidad a sus ideas; ya la tenían y ocupaban la cima. ¿Tan poca fe se tenían en debatir, acostumbrados a los falsos debates donde todos están de acuerdo? ¿Han perdido la costumbre de enfrentarse a una argumentación estructurada o tienen escasa confianza en sus propias ideas y en su capacidad de persuasión?

El divorcio entre la élite progresista y el electorado, entre la palabra autorizada y la que no debe expresarse —como si el hecho de silenciarla anulara su existencia— no es algo exclusivo de Estados Unidos. El caso norteamericano puede ilustrarse más fácilmente por la sobreabundancia de estadísticas disponibles, pero su distorsión y los mecanismos que utiliza pueden extrapolarse sin dificultad a otros países.

El sorprendente triunfo de Trump fue precedido por la victoria, tampoco anticipada, del Brexit, la salida del Reino Unido de la Unión Europea. Una vez más, los medios conducidos y localizados en los centros urbanos que se habían beneficiado con la globalización se veían sorprendidos por una opinión de la periferia recelosa del mundo sin fronteras que le proponían, infrarrepresentada en la prensa. «No conozco a nadie que haya votado por el Brexit», decían sorprendidos los periodistas londinenses. Por la misma época,

la falsa representación de la unanimidad era desmentida en Colombia, con la victoria del No en el referéndum sobre los acuerdos de paz del presidente Juan Manuel Santos con la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

El problema para el progresismo es que a veces la gente se expresa sin pasar el filtro de sus medios. Cuando el elector no se reconoce en la representación de la realidad que le ofrece el relato dominante, canaliza su frustración pateando el tablero con un voto en forma de dedo mayor levantado o buscando un reflejo de sus inquietudes en la prensa de demagogos de extrema derecha a quienes hace rato no les importa nada el qué dirán. Porque una de las consecuencias de la burbuja, del no dar informaciones que «le hacen el juego a la derecha», es que dejan una avenida libre a quienes no se sienten intimidados e instrumentalizan los hechos inconvenientes a la vista en la vida cotidiana para tejer su relato alternativo. Es válido para explicar en parte el ascenso de las extremas derechas populistas en Europa, de la emergencia de partidos como el Alternative für Deutschland (AfD) en Alemania, pero también el triunfo de Jair Bolsonaro en Brasil.

En el plano periodístico, la monocromía de la prensa *mainstream* alimenta el éxito del fenómeno *alt right* [derecha alternativa], que se apropia de los códigos de la izquierda contestataria impulsando plataformas conspiracionistas como *Infowars* (censurada por Facebook, YouTube o Apple para los pódcast) o *Breitbart News* (dirigida de 2012 a 2016 por Bannon) y todos los polemistas conservadores y ultraderechistas, que pueden darse el lujo de posar como rebel-

des ante un sistema dominante enfrascado en sus certezas y alejado de las realidades de la calle y las áreas rurales.

La frustración de las élites progresistas frente al desaire de las urnas no produjo un autoexamen sincero del modo de producción de la información, sino que está conduciendo a un cuestionamiento mismo del sistema representativo. Si el pueblo vota «mal», incluso cuando se le explica cómo votar «bien», tal vez habría que restringir el sufragio sólo a los que piensan adecuadamente. Si votaron a favor del Brexit, no sabían lo que hacían los muy tontos, hagamos que voten de nuevo hasta que lo hagan bien, o si no, digamos que hacemos el Brexit sin que este en realidad se materialice. ¿Los colombianos rechazaron el acuerdo de paz con las FARC? No importa, hagamos como si no se hubiesen pronunciado, se dijo el entonces presidente Juan Manuel Santos, y lo firmó igual. El resultado fue que le siguió una campaña presidencial donde la frustración por el mandato de las urnas traicionado se volcó al candidato de la derecha dura uribista encarnada por Iván Duque, que había prometido modificar el acuerdo firmado a espaldas de la voluntad popular.

En los días que sucedieron a las victorias de Trump, el Brexit, el No en Colombia y más recientemente el ascenso de Bolsonaro, los editoriales de los diarios *mainstream* descubrían una palabra: «epistocracia», que es el concepto de gobierno de los sabios defendido por el filósofo Jason Brennan (1979) en su ensayo *Contra la democracia*.⁷ Allí,

7. Jason Brennan, *Against Democracy*, Princeton, Princeton University Press, 2016. [Hay trad. cast.: *Contra la democracia*, Barcelona, Deusto, 2018.]

postula que la gente suele votar de manera irracional y víctima de manipulaciones, por lo que el sufragio debería quedar en manos de quienes están mejor calificados por su educación a tomar las decisiones importantes. En otras palabras, a falta de ganar por la persuasión, incluso teniendo las herramientas para construir el discurso hegemónico, habría que cambiar las reglas del juego democrático representativo regresando a una concepción aristocrática de la república.

Mientras algunos barajan la idea de volver al voto calificado ante un electorado desobediente, desde el progresismo también se busca que las ideas que considera incorrectas no puedan circular, ampliando cada día más el perímetro de lo que no se puede decir para no ofender. Si hasta ayer la lucha por la libertad de expresión era uno de los valores históricamente asociados a la izquierda democrática, hoy el progresismo exige cada día mayores restricciones al considerarla como un peligro para la sociedad.