



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Género y educación ante la manipulación de la comunicación

Coords.

Sara Rebollo Bueno

Cristina Pérez de Algaba

Luis Manuel Fernández Martínez

Dykinson, S.L.

GÉNERO Y EDUCACIÓN ANTE
LA MANIPULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

GÉNERO Y EDUCACIÓN ANTE
LA MANIPULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Coords.

SARA REBOLLO BUENO

CRISTINA ALGABA

LUIS MANUEL FERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Dykinson, S.L.

2023

GÉNERO Y EDUCACIÓN ANTE LA MANIPULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 122 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1170-143-3

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

INTRODUCCIÓN. GÉNERO Y EDUCACIÓN ANTE LA MANIPULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN	13
--	----

SARA REBOLLO-BUENO
CRISTINA ALGABA
LUIS MANUEL FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ

SECCIÓN I FEMINISMOS Y CONTRAFEMINISMOS

CAPÍTULO 1. FEMINISMO Y POP. ANÁLISIS DEL VIDEOCLIP DE “MERICHANE” DE ZAHARA	20
--	----

ANDREA DEL-ZAPATERO-ESTEFANI

CAPÍTULO 2. ELLOS CRIMINALES, ELLAS PROSTITUTAS SIN CLIENTES: EL SESGO DE GÉNERO AL MARGEN DE LA LEY EN EL <i>THRILLER</i> ESPAÑOL	43
--	----

LAURA PACHECO-JIMÉNEZ

CAPÍTULO 3. LA IDENTIDAD DEL CUIDADO DESDE EL ARTE CONTEMPORÁNEO: UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO SOBRE EL TRABAJO REPRODUCTIVO	64
---	----

ANA FERRIOLS MONTAÑANA
MARÍA PAULA SANTIAGO MARTÍN DE MADRID

CAPÍTULO 4. EN CLAVE DE RE. TERTULIAS DE REBOTICA: REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA MUJER EN LA CIENCIA FARMACÉUTICA ESPAÑOLA. REESCRIBIENDO LA HISTORIA EN FEMENINO	84
--	----

ANTONIO RAMOS CARRILLO
JUAN NÚÑEZ VALDÉS
ESTEBAN MORENO TORAL
ROCÍO RUIZ ALTABA

CAPÍTULO 5. DISCURSOS SOBRE LA GESTACIÓN SUBROGADA EN ESPAÑA: APROXIMACIÓN A LOS MARCOS INTERPRETATIVOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ALREDEDOR DE LA CUESTIÓN DE LA MUJER	102
--	-----

SUSANA BASANTA DÍAZ
BRAN BARRAL BUCETA

SECCIÓN II
UNA EDUCACIÓN COMPROMETIDA.
EDUCAR CONTRA LA MANIPULACIÓN

- CAPÍTULO 15. LOS PROTOTIPOS DE COMPORTAMIENTO HERÓICO,
DE SUPERVIVENCIA Y COMPETITIVIDAD SE GENERAN EN LOS
JÓVENES CONCURSANTES DE *LA VOZ KIDS* ESPAÑA..... 290
PASTOR LAGUNA, PURIFICACIÓN
- CAPÍTULO 16. SOCIEDAD INFORMACIONAL Y DEL CONOCIMIENTO
EN LA ERA DIGITAL. EXPERIENCIAS EDUCATIVAS EN ESPAÑA..... 317
MARÍA MUÑOZ RICO
MARÍA CORDÓN MUÑOZ
RAFAEL GRASA MERINO
- CAPÍTULO 17. EL COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN.
UN TALLER PARA PREVENIR CONTRA LAS FAKES NEWS..... 335
NOELIA NAVARRO GÓMEZ
MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN
ANA MARÍA MARTÍNEZ MARTÍNEZ
- CAPÍTULO 18. LA EDUCACIÓN EN VALORES COMO HERRAMIENTA
PARA EL FOMENTO DE UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA..... 348
MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN
NOELIA NAVARRO GÓMEZ
- CAPÍTULO 19. UN CAMBIO EN EL APRENDIZAJE UNIVERSITARIO:
APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL
GRADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL 363
DAVID POLO SERRANO
- CAPÍTULO 20. ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS GENÉRICAS
EN INFORMACIÓN MEDIANTE LA NUTRICIÓN BASADA EN
EVIDENCIA EN ESTUDIANTES DE NUTRICIÓN 381
ALIN Jael PALACIOS FONSECA
CYNTHIA DE LIRA GARCÍA
- CAPÍTULO 21. PERIODISMO NO POLARIZADO EN LA
UNIVERSIDAD: EL “LEGADO COMENAREJO” COMO PROYECTO
DE INNOVACIÓN DOCENTE..... 399
MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ DE LA NIETA HERNÁNDEZ
ERNESTO VILLAR CIRUJANO
JULIO PULIDO ZARAGOZA
- CAPÍTULO 22. NEOLENGUA FORMA DE MANIPULACIÓN
Y CONTROL SOCIAL 421
JESÚS VÍCTOR ALFREDO CONTRERAS UGARTE

PERIODISMO NO POLARIZADO EN LA UNIVERSIDAD: EL “LEGADO COMENAREJO” COMO PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE

MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ DE LA NIETA HERNÁNDEZ
Universidad Villanueva

ERNESTO VILLAR CIRUJANO
Universidad Villanueva

JULIO PULIDO ZARAGOZA
Universidad Villanueva

1. INTRODUCCIÓN

El 23 de febrero de 2022 falleció en Madrid el periodista de Onda Madrid Juan Pablo Colmenarejo. Pocos días antes de aquel 23 F, había preparado y presidido un acto sobre el espíritu de la Transición con la también periodista Victoria Prego en la Universidad Villanueva, donde impartía clase desde hacía cinco meses. La idea era conversar sobre el papel que tuvo el periodismo en la creación de ese espíritu de concordia que permitió en España una transición pacífica, de la dictadura a un sistema de libertades como es la democracia.

Al poco de comenzar el acto, se encontró mal y, discretamente, como todo lo que él hacía, tuvo que disculparse y salir de este salón de actos. Eran los primeros síntomas del derrame cerebral que a los pocos días condujo a su fallecimiento.

El escaso tiempo que Juan Pablo estuvo en la Universidad Villanueva fue suficiente para que dejara una profunda impronta entre alumnos y profesores. Su modo de entender y enseñar el Periodismo y su pasión por la universidad se convirtieron en inspiración para los responsables del Grado en Periodismo de la Universidad, que decidieron poner en marcha desde ese momento el “Legado Colmenarejo”, un conjunto de

iniciativas orientadas a imprimir al Grado y transmitir a los estudiantes uno de los aspectos fundamentales de ese modo que tenía Juan Pablo de entender la profesión. En palabras de algunos de sus compañeros que escribieron multitud de obituarios en los días posteriores a su muerte, ese estilo era “inquisitivo y cordial, penetrante y comprensivo, refractario a las estridencias, al sectarismo y a todas las formas de tendenciosidad”; ajeno “a las medias verdades y los deliberados y artificiosos sesgos ideológicos”; partidario de aportar “un contrapunto racional sin adornarlo con excesos”, en medio de un contexto periodístico cargado de emocionalidad.

En la práctica, el objetivo de este “Legado Colmenarejo” es formar estudiantes que, en el futuro ejercicio de su profesión, sean periodistas que trabajen por convertir la enconada polarización partidista en un ejercicio civilizado de discusión inteligente de las razones y los hechos que sustentan la vida política en democracia. Para ello, se propone la promoción de acciones formativas y docentes concretas en el Grado de Periodismo de la Universidad Villanueva.

Esta investigación explica las reflexiones iniciales, las primeras acciones puestas en marcha y los planes de cara a un futuro próximo del “Legado Colmenarejo”.

1.1. ¿QUÉ ES LA POLARIZACIÓN?

La polarización es un fenómeno en el que los individuos adoptan posturas extremas y opuestas sobre asuntos o problemas sociales, políticos o culturales. Soto Echavarría (2021) afirma que la polarización es un efecto de posiciones que están ligadas a ideologías que marcan la manera de actuar de los sujetos en una cultura determinada. Dicho fenómeno divide a las sociedades en grupos opuestos, con una creciente falta de entendimiento y comunicación entre ellos. De acuerdo con Gallo (2012) la polarización puede ser impulsada por una serie de factores que en ocasiones actúan de acelerantes, como la desigualdad económica, la identidad cultural, la religión, la raza, la ideología política, los medios de comunicación o la educación. A medida que las personas se identifican cada vez más con su grupo de referencia, tienden a reforzar sus ideas y valores, y por tanto a ser menos receptivos a las ideas y posturas de

los que están en el otro extremo. Sin embargo, Cortina (2021) asegura que no nacemos polarizados, la polarización se hace, hay agentes polarizadores que recurren a métodos para enfrentar a los miembros de una sociedad.

En el contexto político y social, la polarización se refiere a la creciente división entre individuos en cuanto a puntos de vista, creencias y opiniones. Esto puede terminar en una falta de diálogo y cooperación, que puede distorsionar conflictos y tensiones entre ambas partes. En un reciente artículo, González Urbaneja (2021) asegura que la polarización implica una distorsión que va contra el consenso y el entendimiento, contra una convivencia civilizada y plural.

1.2. POLARIZACIÓN EN LA SOCIEDAD Y EN LA CULTURA

Vivimos en una sociedad violenta, tomando en consideración que en este concepto ha de incluirse la violencia verbal y la psicológica, en cualquiera de sus manifestaciones y en los diversos ámbitos de convivencia (López González, 2023). El primer elemento es nuestra tendencia innata al conflicto grupal. No podemos entender la polarización política sin comprender que esta no es sino la explotación por parte de la política de uno de los rasgos fundamentales del ser humano: nuestro cerebro está programado para el tribalismo (Miller, 2020).

1.3. POLARIZACIÓN EN PERIODISMO

La polarización en el periodismo se produce cuando los medios de comunicación se dividen en grupos con diferentes opiniones políticas o ideológicas, lo que a menudo lleva a la creación de “nichos de información” en los que los lectores o espectadores solo ven noticias que refuerzan sus creencias existentes. La fragmentación de los medios de comunicación en distintas plataformas y canales ha llevado a una mayor polarización, ya que los consumidores pueden elegir fuentes que refuercen sus creencias preestablecidas (Prior y Lupia, 2008). Esta deriva de los profesionales de la información entronca con el concepto de ética periodística y unas mínimas exigencias deontológicas. Si los medios no se aplican las exigencias deontológicas, contribuirán a la polarización, la

acentuarán; ese será su fatal destino, hasta su fracaso final (González Urbaneja, 2021).

Uno de los factores que contribuyen a la polarización en el periodismo es la erosión de la confianza en los medios de comunicación. Si los consumidores no confían en las noticias que reciben, es más probable que busquen otras fuentes de información que confirmen sus opiniones, en lugar de alcanzar una perspectiva equilibrada y objetiva. Pero no todo es polarización real. Pérez Zafrilla (2021) apunta al concepto de polarización artificial, definido como el proceso por el que los usos expresivos de la comunicación, como discursos incendiarios o el exhibicionismo moral, provocan formas ficticias de polarización.

1.4. POLARIZACIÓN Y EDUCACIÓN

Para abordar la polarización en la educación, es importante promover el pensamiento crítico y el diálogo constructivo. En la educación esto implica fomentar la diversidad ideológica en las aulas y trabajar el debate abierto y respetuoso. Los profesores y educadores pueden alentar a los estudiantes a considerar diferentes perspectivas y a cuestionar sus propias creencias para desarrollar una comprensión más profunda y objetiva del mundo. En un estudio reciente sobre polarización en la educación se señala que la homogeneidad ideológica en las escuelas y universidades es el factor clave que contribuye a la polarización (Cikara y Van Bavel, 2014).

2. OBJETIVOS

Los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- Descubrir y mostrar la percepción que tienen los estudiantes de periodismo de la Universidad Villanueva de la existencia o no de polarización en su entorno social;
- Descubrir y mostrar la percepción que tienen los profesionales del periodismo de la existencia o no de polarización en su entorno profesional, y del papel que juegan los periodistas en esa polarización.

- Descubrir y mostrar la percepción que hay en la sociedad de la existencia o no de polarización en su entorno profesional, y del papel que juegan los periodistas en esa polarización.

Estos objetivos conducen a la propuesta de un programa de acciones docentes que puedan llevarse a cabo dentro de la iniciativa “Legado Colmenarejo”.

3. METODOLOGÍA

A la vista de los mencionados objetivos, para definir los términos en los que debía llevarse a la práctica un proyecto de innovación docente como este, centrado en la necesidad de orientar los estudios del Grado en Periodismo hacia un ejercicio de la profesión alejado de las posiciones polarizantes, se han tenido en cuenta dos elementos.

Por un lado, y como punto de partida, la percepción que tienen los propios estudiantes del nivel de polarización existente tanto en el periodismo como en la sociedad, así como sus propias actitudes.

Por otro lado, y tal y como hemos visto, se han considerado las opiniones de algunos profesionales del periodismo y de la sociedad civil, una gran parte de ellos amigos y compañeros de Juan Pablo Colmenarejo, a los que se ha reunido en dos mesas redondas para conocer su opinión respecto a cuestiones como el grado de polarización de la profesión, las actitudes que contribuyen a acrecentarla o las buenas prácticas que pueden ayudar -tanto a los profesionales en ejercicio como, sobre todo, a los futuros periodistas- a fomentar un periodismo basado en el diálogo, la concordia y el respeto de las opiniones ajenas.

Por tanto, los resultados expuestos en esta investigación siguen una metodología tanto cuantitativa como cualitativa. La primera se ha llevado a cabo mediante las citadas mesas redondas (una de periodistas y otra de sociedad civil) en los meses previos a la celebración de las dos jornadas del “Legado Colmenarejo”, llevadas a cabo en los días 13 y 23 de febrero de 2023 (Día mundial de la radio y primer aniversario del fallecimiento de Juan Pablo, respectivamente). Hemos tenido en cuenta sobre todo las aportaciones durante estos dos actos celebrados en la

Universidad Villanueva, que contaron la presencia de más de un centenar de periodistas y alumnos de periodismo y profesores de la Universidad Villanueva.

En la mesa de periodistas, se ha contado con la opinión de los siguientes profesionales:

- Pablo A. Iglesias, director de información de Servimedia.
- José Apezarena, editor de El Confidencial Digital.
- Javier Casqueiro, redactor jefe de El País.
- Marta Ruiz, jefa de Economía de COPE, que actuaba como moderadora.

En la mesa de representantes de la sociedad civil, se han reunido los siguientes profesionales:

- Narciso Michavila, sociólogo, presidente de GAD3.
- Lorenzo Silva, escritor.
- Elisa de la Nuez, abogada del estado en excedencia y abogada en ejercicio, como “of counsel” del despacho de abogados GC Legal.
- Carmen Fuente, vicerrectora de investigación de la Universidad Villanueva, que actuaba como moderadora.

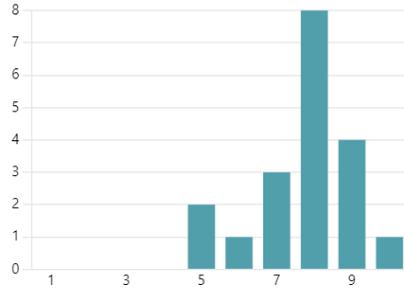
Respecto a las entrevistas cuantitativas, se pasó un cuestionario anónimo de 13 preguntas, mediante la herramienta Microsoft Forms, a los estudiantes del Grado en Periodismo para conocer su opinión sobre el papel que tiene esta profesión como agente polarizador, así como las actitudes que ellos mismos tienen ante esa realidad. Respondió un total de 19 alumnos, el 32% del total.

4. RESULTADOS

En primer lugar, se preguntó a los alumnos del Grado en Periodismo por su percepción de la polarización en la sociedad española. Todos ellos advirtieron que se producía esta polarización en mayor o en menor medida, aunque la mayoría de ellos de una forma acusada. El promedio de polarización (sobre 10) a juicio de los periodistas es de 7,74.

GRÁFICO 1. ¿En qué grado consideras que está la sociedad española polarizada? (siendo 1 nada polarizada y 10 muy polarizada)

7.74
Clasificación promedio

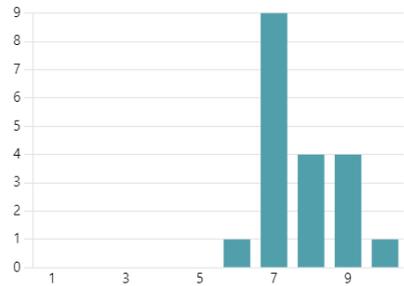


Fuente: Elaboración propia

A continuación, se trasladó esta misma pregunta al grado de polarización que hay en la profesión para la que se están formando. Curiosamente, el resultado obtenido (7,74) fue exactamente el mismo que en la categoría anterior, aunque aquí la calificación mínima obtenida fue de 6 sobre 10.

GRÁFICO 2. ¿En qué grado consideras que el periodismo está polarizado? (siendo 1 nada polarizado y 10 muy polarizado)

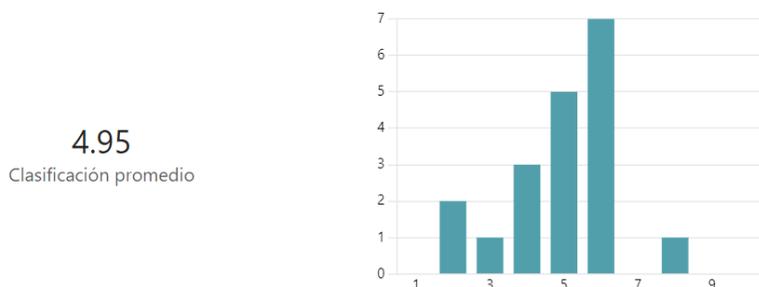
7.74
Clasificación promedio



Fuente: Elaboración propia

Una vez preguntados por el grado de polarización que, a su juicio, tienen tanto la sociedad como su profesión (muy alto en ambos casos, como hemos visto) se preguntó a los alumnos del Grado en Periodismo por el nivel de polarización que tienen ellos mismos. Y aquí el resultado obtenido fue mucho menor. Los futuros periodistas se ven a sí mismos no excesivamente polarizados (4,95 sobre 10, casi tres puntos por debajo de las dos categorías anteriores), y la respuesta más repetida es un modesto 6 sobre 10.

GRÁFICO 3. *¿En qué grado consideras que tú estás polarizado? (siendo 1 nada polarizado y 10 muy polarizado)*



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se preguntó a los estudiantes de Periodismo de la Universidad Villanueva por los medios de comunicación que consideran más responsables a la hora de propagar la polarización en la sociedad.

En primer lugar, se preguntó por las cadenas de televisión más polarizantes, obteniendo los siguientes resultados:

GRÁFICO 4. ¿Cuál de los siguientes medios televisivos genera una mayor polarización?

● Televisión Española	5
● Antena 3 Televisión	3
● Telecinco	4
● Cuatro	1
● La Sexta	6



Fuente: Elaboración propia

Respecto a las cadenas de radio, los estudiantes señalaron a la Cadena SER y a la Cadena COPE, con líneas editoriales opuestas, como las dos más inclinadas al periodismo polarizado.

GRÁFICO 5. ¿Cuál de los siguientes medios radiofónicos genera una mayor polarización?

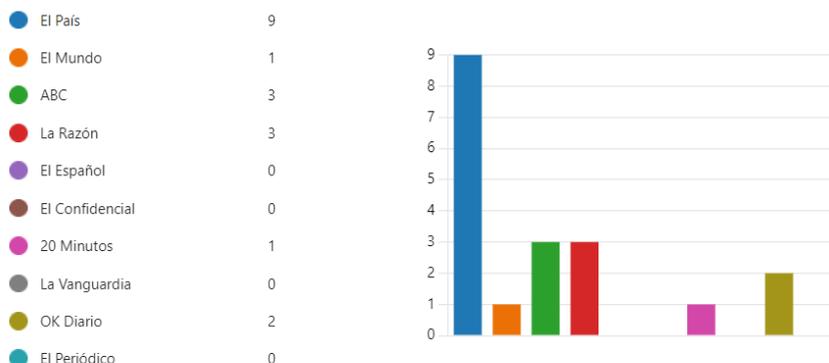
● Cadena Ser	6
● Cadena Cope	5
● Onda Cero	4
● Radio Nacional de España	4



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los periódicos que son vistos como agentes más polarizantes, y teniendo en cuenta a los más vendidos, casi la mitad de los alumnos señaló a El País, aunque un porcentaje similar marcó a periódicos de línea editorial de derechas.

GRÁFICO 6. ¿Cuál de los siguientes periódicos de información general genera una mayor polarización? (ranking de periódicos de información general con mayor difusión, según los datos de GFK DAM)



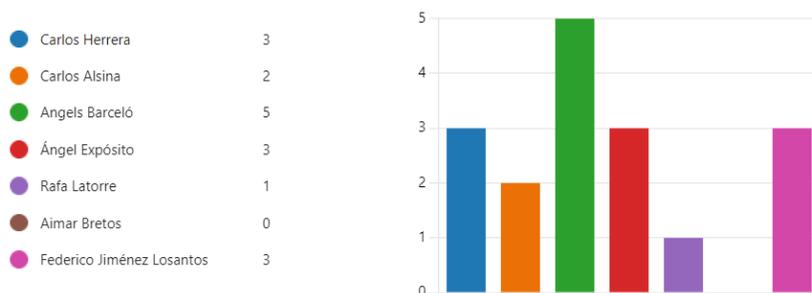
Fuente: Elaboración propia

Dentro de esta misma tipología de preguntas, se pidió a los estudiantes que precisaran quién es, a su juicio, el comunicador de radio y el de televisión al que más identifican con el periodismo polarizado, dentro de una relación de periodistas con fuerte influencia mediática y elevados índices de audiencia.

Los encuestados señalaron a la periodista Angels Barceló (SER) como la periodista más polarizante, seguida por Federico Jiménez Losantos (Esradio) y dos locutores de la Cadena COPE: Carlos Herrera y Ángel Expósito.

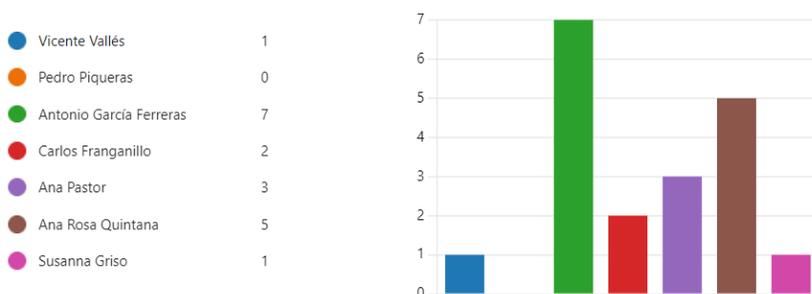
En cuanto a la televisión, Antonio García Ferreras (La Sexta) y Ana Rosa Quintana (Telecinco) fueron los periodistas que más respuestas recibieron.

GRÁFICO 7. ¿Cuál de los siguientes comunicadores radiofónicos consideras que están más polarizados?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 8. ¿Cuál de los siguientes comunicadores televisivos consideras que están más polarizados?



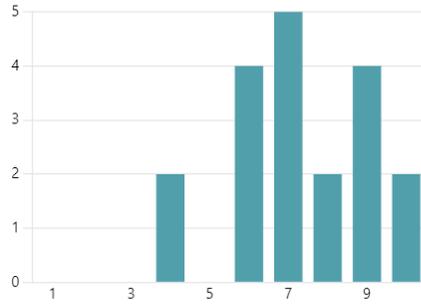
Fuente: Elaboración propia

Una vez identificados los medios y los comunicadores que son considerados más polarizadores por parte de los alumnos, se preguntó por el grado de responsabilidad que atribuyen a los medios de comunicación en el aumento de los discursos de odio y en el distanciamiento social entre personas y grupos, dos de las características fundamentales, como hemos visto, del concepto de polarización.

En ambos casos, y en proporción similar, los encuestados consideran que los medios tienen una notable influencia en la expansión de estas conductas polarizantes.

GRÁFICO 9. ¿Qué grado de responsabilidad crees que tienen los medios en el aumento de los discursos del odio? (siendo 1 ninguna responsabilidad y 10 mucha responsabilidad)

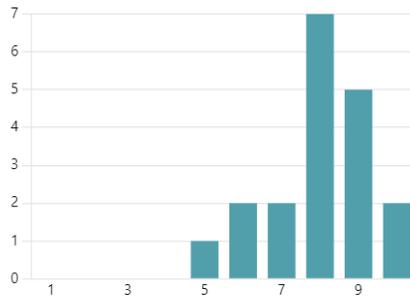
7.32
Clasificación promedio



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 10. ¿Qué grado de responsabilidad crees que tienen los medios en el aumento del distanciamiento social entre personas y grupos? (siendo 1 ninguna responsabilidad y 10 mucha responsabilidad)

8.00
Clasificación promedio

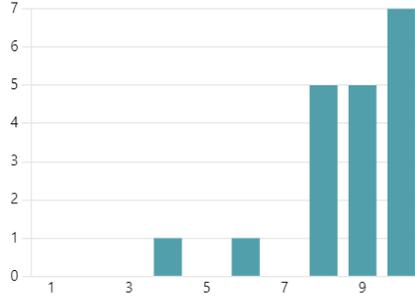


Fuente: Elaboración propia

A continuación, se trasladó esta misma cuestión a la responsabilidad de las redes sociales como propagadores de la polarización, obteniendo un grado de influencia, a juicio de los encuestados, superior:

GRÁFICO 11. ¿En qué grado generan polarización las redes sociales? (siendo 1 ninguna y 10 mucha polarización)

8.68
Clasificación promedio

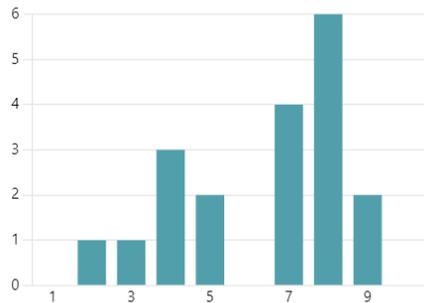


Fuente: Elaboración propia

Una vez identificadas las fuentes de información que se consideraban más polarizantes, se preguntó a los encuestados por sus hábitos de consumo de esta información, y en concreto por la frecuencia con la que acudían a medios distanciados de su ideología, por considerar que este es un aspecto relevante a la hora de calibrar el papel que éstos pueden desempeñar en el reforzamiento o cuestionamiento de las propias opiniones. Se obtuvieron las siguientes respuestas:

GRÁFICO 12. ¿Con qué frecuencia consumes medios de una ideología distinta a la tuya? (siendo 1 ningún medio y 10 numerosos medios)

6.37
Clasificación promedio

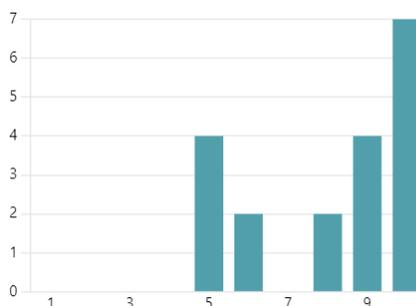


Una vez dibujado el contexto en que los encuestados conciben la polarización en la sociedad y en el periodismo, sus propias actitudes y el papel que desempeñan los distintos medios y comunicadores en este proceso, se les preguntó su opinión sobre iniciativas como la del “Legado Colmenarejo” puesta en marcha por el Grado en Periodismo de la Universidad Villanueva con el objetivo de promover una forma de ejercer la profesión basada en el consenso, el contraste medurado de opiniones y la voluntad de huir de posiciones extremistas.

Los resultados obtenidos demostraron que los futuros profesionales del Periodismo consideran muy necesarias este tipo de iniciativas docentes:

GRÁFICO 13. *¿Crees que iniciativas como la del "Legado Colmenarejo" son necesarias para formar a periodistas que ayuden a reducir la polarización en la profesión y la sociedad? (siendo 1 nada necesarias y 10 muy necesarias)*

8.11
Clasificación promedio



Fuente: Elaboración propia

Las dos mesas redondas, la de periodistas y la de representantes de la sociedad civil, alabaron la iniciativa del “Legado Colmenarejo” como aportación necesaria a uno de los problemas actuales de la sociedad: el aumento de la polarización.

Respecto a las opiniones recabadas entre los profesionales del periodismo, la jefa de economía de Cope, Marta Ruiz, que trabajó durante años con Juan Pablo, dio algunas pistas sobre lo que debe ser un periodista no polarizado, al destacar algunos ejemplos del estilo periodístico de Juan Pablo, tan alejado de la polarización: “Para él, el periodismo era

servicio público y fundamentalmente por eso cada día se empeñaba en separar muy bien la información de la opinión”. Les decía a los periodistas de su equipo que tuvieran claro que “el oyente tenía que ser respetado, que el oyente inteligente es capaz de llegar a sus propias conclusiones” y por eso, el periodista tan solo “debía darle herramientas, que ellos tenían ya la capacidad suficiente para llegar a sus propia conclusiones”. Dijo también que “de las frases que más le escuchaban estaba la de que el micrófono no es un megáfono... lo decía siempre que había algún tema de mayor polémica o de mayor calado moral”.

También dijo que “Juan Pablo entendía el periodismo alejado de la experiencia del insulto, buscaba siempre un debate de altura, es decir, llegar a conclusiones, a puntos de encuentro y de entendimiento que es precisamente todo lo contrario a lo que persigue la polarización”.

Sobre la cuestión de la responsabilidad del aumento de la polarización, Javier Casqueiro, redactor jefe de El País y buen amigo de Juan Pablo, apuntaba a las redes sociales, y sostuvo que “la gran diferencia no está ni en que la situación política sea crispada, ni creo que la culpa sea tanto de los periodistas. Yo creo que la gran diferencia está en que los ciudadanos tienen acceso a través de las redes sociales a un tipo de respuesta, a un tipo de protagonismo o un tipo de interacción con los con las noticias que facilita polarizarse en los extremos”.

En este sentido, Pablo A. Iglesias, director de información de la agencia Servimedia, sostenía “que los periodistas somos mucho más culpables de lo que creemos de la situación actual, pues ahora vivimos en la trinchera política, en el *bufandismo* deportivo”. Sin embargo, defendió también que el periodismo puede ser parte de la solución: “la sociedad siempre va a necesitar al periodista, la sociedad no puede dejarse engañar por lo que tú como político dices interesadamente en las redes sociales, porque eso no es información es intoxicación, es propaganda”.

José Apezarena, editor de El Confidencial Digital, opinaba en la mesa redonda que los periodistas “no somos tan culpables de lo que está pasando”. En su opinión, es la misma sociedad la culpable de la polarización “porque permite con el consumo que existan medios que tengan ese tipo de enfoques”. “Los ciudadanos no pueden quejarse de lo que pasa

en los medios -dijo- porque ellos creen y no castigan a los que hacen esas cosas”.

Marta Ruiz se mostró en desacuerdo al afirmar que “los medios de comunicación tenemos la responsabilidad de mirar hacia un bien común” y “tenemos también que actuar desde el ejemplo: si no quieres una sociedad polarizada pues para empezar no polarices tu programa”.

Javier Casqueiro aludía a que la debilidad económica derivada de la fragmentación de audiencias ha hecho que algunos medios “hayan cometido el gravísimo error de prescindir de periodistas veteranos, hechos y derechos”. Según él los periodistas noveles tienen menos fuerza para resistir a los políticos y se convierten en correa de transmisión de la polarización existente en la política. Pablo A. Iglesias estuvo de acuerdo con esta opinión, cuando dijo que “los políticos están encantados cuando llega un periodista joven que no tiene memoria porque no tiene trayectoria y por tanto tiene menos criterio”. En este punto Marta Ruiz aludió de nuevo a Juan Pablo como ejemplo de veteranía y madurez: “No era muy amigo de correr a las redes a dar su opinión, sino que la maduraba, la reflexionaba y en todo caso luego compartía su artículo en ABC o en la editorial de Cope a las 20:00 h.”.

Siguiendo con la cuestión de la responsabilidad del aumento de la polarización, la mesa se sociedad civil empezó con una afirmación contundente de Narciso Michavila: “La polarización es fabricada en las élites”. En su opinión “es siempre una fabricación artificial” y “los profesionales de la información están haciéndole el juego al político”. Para el sociólogo “sin embargo cuando el profesional de la información lo que busca es precisamente el informar de forma profusa, esa polarización baja muchísimo”. “Los políticos están muy polarizados y crispan. Pero también crispan los periodistas que le hacen el juego para ganar audiencias” En su opinión “es muy fácil, como lo es hacer películas porno o tele-basura. Es fácil y barato. Sin embargo, hacer buen periodismo, hacer buena televisión, hacer buena radio, hacer buena prensa escrita es difícil. Pero hay que currárselo, como hacía Juan Pablo”.

Elisa de la Nuez sostiene que el periodismo debe servir a la transparencia de unos y otros: “donde hay mayor opacidad, donde hay resistencia,

puede haber problemas de corrupción, nepotismo, que revela un mal funcionamiento del Gobierno”. Por eso el periodismo “debe ser un control de los posibles abusos de gobierno y de los poderes públicos sean del signo que sean”.

El escritor Lorenzo Silva mencionó un ideal como salida a la polarización y que puede ser interesante en la formación de futuros periodistas: el fomento del desacuerdo civilizado. “Juan Pablo era uno de los profesionales que sabía manejar ese antídoto, haciendo frente a esa crispación, a esa oposición violenta o no civilizada carente de argumentos”, explicó.

5. DISCUSIÓN

Tanto los actuales profesionales del Periodismo como los alumnos del Grado coinciden en que la polarización es una amenaza real para la sociedad, ya que contribuye a aumentar el distanciamiento social entre las personas de distintos grupos ideológicos y es un caldo de cultivo para los discursos de odio. Por ello coinciden también en la necesidad de incorporar en los planes de estudio prácticas, herramientas y objetivos tendientes a fomentar el periodismo alejado de posiciones ideológicas extremas, que fomente el diálogo y el correcto uso de las fuentes periodísticas.

Las valoraciones positivas que realizaron los profesionales que han participado en esta iniciativa bautizada como “Legado Colmenarejo” están en línea, como hemos visto, con la valoración que los alumnos de Periodismo de la Universidad Villanueva hacen de esta iniciativa (8,11 sobre 10). Para el 100% de ellos (receptores principales del proyecto) esta acción es necesaria, y más de una tercera parte de los encuestados otorga a la pertinencia de la iniciativa un 10 sobre 10.

Los futuros periodistas comparten también la opinión de los actuales profesionales de que los medios tienen cierta responsabilidad en la propagación de los discursos de odio en la sociedad (7,32 sobre 10) y en el distanciamiento entre personas (8 sobre 10, y en dos de cada tres encuestados un nivel de responsabilidad entre 8 y 10). Hay, por tanto, una percepción similar entre unos y otros, futuros y actuales profesionales, a la hora de calibrar la importancia de la responsabilidad social del periodista.

Este ejercicio del periodismo orientado a tender puentes o a destruirlos, a poner en juego buenas o malas prácticas, se canaliza a través de los medios de comunicación y de un protagonista relativamente nuevo como es el de las redes sociales. En las intervenciones de los expertos y en las opiniones de los alumnos ha quedado patente la importancia que tiene internet para la propagación de los mensajes de odio. De hecho, los alumnos atribuyen a las redes una mayor responsabilidad (8,68 sobre 10) en este campo que a los medios tradicionales.

Y dentro de estos últimos, la percepción entre los futuros periodistas es que las actitudes polarizantes se producen tanto a un lado como a otro del espectro ideológico, aunque con matices. En el caso de la televisión, los estudiantes señalaron a La Sexta como la cadena más polarizadora, seguida, curiosamente, por la televisión pública, TVE. Antena 3 solo recibió un 14% de los votos.

En el caso de la radio, el equilibrio ideológico es mucho mayor. El 31% señala a la Cadena SER como la emisora más polarizadora, frente a un 27% de la Cadena COPE y un 21% tanto de Onda Cero como de Radio Nacional de España. Y también lo es en la prensa escrita, con un 47% de votos tanto para medios de ideología de izquierdas como de derechas (el resto marcó al periódico 20 Minutos).

Estos resultados ratifican, a juicio de los futuros periodistas, uno de los puntos en los que estuvieron de acuerdo los profesionales que han participado en el “Legado Colmenarejo”: las malas prácticas periodísticas que acrecientan la división en la sociedad no son patrimonio de un tipo concreto de medios, formatos o ideologías, sino que se producen tanto en las empresas de comunicación consideradas de izquierdas como de derechas.

Dentro de este escenario, tal y como pusieron de manifiesto los periodistas y los intelectuales que han participado en el proyecto, tienen un papel primordial aquellos comunicadores con una mayor proyección y presencia mediática, tanto en sus programas como en sus canales en las redes sociales. Lo que digan o lo que escriban puede contribuir a exacerbar el distanciamiento entre unos y otros o a fomentar un debate basado en el respeto a la opinión contraria.

Los alumnos del Grado en Periodismo parecen hacer esta distinción, y en sus respuestas premian a comunicadores líderes como Vicente Vallés, Pedro Piqueras o Susanna Griso, en el caso de la televisión, o Aimar Bretos, Rafa Latorre o Carlos Alsina, en el caso de la radio, a los que atribuyen un papel reducido o nulo en la propagación de mensajes extremos.

Por el contrario, reparten tanto a un lado como a otro del mapa ideológico de los medios (Carlos Herrera, Ángels Barceló, Federico Jiménez Losantos, Antonio García Ferreras, Ana Rosa Quintana) la responsabilidad en la polarización de los mensajes.

Una de las vacunas contra este “virus”, a juicio de los profesionales que han prestado su testimonio para el proyecto de innovación “Legado Colmenarejo”, es consumir de forma habitual medios de distintas líneas ideológicas para así tener una percepción de la realidad lo más plural posible. Un tercio de los futuros periodistas que ha participado en la encuesta, no obstante, reconoce no hacerlo, aunque 4 de cada 10 manifiesta seguir este hábito con una frecuencia de 8 ó 9 sobre 10.

Por último, uno de los objetivos de partida de esta iniciativa, y que hay que tener en cuenta a la hora de definir las acciones a tomar, es el de determinar si la percepción de la polarización de la sociedad difiere mucho de la propia percepción que se tiene uno mismo en este sentido. Es decir, si son “otros” los que polarizan pero no uno mismo.

Los alumnos de Periodismo de la Universidad Villanueva consideran que su futura profesión y la sociedad en su conjunto tienen un alto grado de polarización (7,74 en ambos casos), pero se ven a ellos mismos relativamente a salvo de este “mal”. Cuando se les pregunta directamente si consideran que ellos mismos están polarizados, se obtiene una media de 4,95 sobre 10, el promedio más bajo de todas las respuestas sobre este tema planteadas, y casi dos puntos por debajo del grado de polarización que ven en la sociedad y en la población. Solo el 5,2% admite una puntuación de 8 sobre 10 (nadie por encima de ahí) y el 79% se coloca a sí mismo con un nivel de polarización medio de entre 4 y 6 puntos sobre 10.

Hasta qué punto ésta sea una percepción demasiado complaciente (“polarizan los otros”) o realmente estos futuros comunicadores estén

concienciados de su responsabilidad social y apuesten por un periodismo de análisis y debate será importante a la hora de ver los efectos de este proyecto docente. Pero sea cual sea la postura que más se acerca a la realidad no invalida la iniciativa en ningún caso.

Los resultados de esta encuesta tienen dos limitaciones. Una de ellas es lo reducido de la muestra. La otra, que no se conoce si la adscripción ideológica de los participantes (no se ha considerado oportuno preguntar por ello para no interferir en sus respuestas) se corresponde con la población general española en su tramo de edad. Por tanto, los resultados obtenidos, y especialmente el de si polarizan más los medios o comunicadores de una línea ideológica o de otra, no deben tomarse como un reflejo de la sociedad, pero sí como el de una muestra concreta de futuros periodistas, en un Grado en Periodismo en concreto, que es hacia los que va dirigida esta iniciativa docente. Los resultados que a largo plazo se obtengan redundarán en beneficio de un buen ejercicio de la profesión periodística en esos futuros profesionales. Este y no otro es, al fin y al cabo, el objetivo del proyecto docente “Legado Colmenarejo”.

6. CONCLUSIONES

El presente artículo muestra el interés que tiene la puesta en marcha de esta iniciativa docente para afrontar, desde la formación de futuros periodistas, posibles soluciones a una de las tendencias de la sociedad actual que más preocupa: la crispación y polarización política de la sociedad.

Sin entrar a si el periodismo es o no responsable de la polarización, sí parece claro que juega un papel relevante en su extensión, por lo que conviene poner en marcha acciones que preparen a los futuros profesionales para hacerle frente.

La investigación demuestra, entre otras cosas, que los receptores de la iniciativa docente “Legado Colmenarejo” -los alumnos de Periodismo de la Universidad Villanueva- perciben un alto grado de polarización (7,74 sobre 10) tanto en la sociedad como en el Periodismo, identifican como agentes polarizadores a medios tanto de ideología conservadora como de izquierda y señalan a las redes sociales como los máximos

responsables de propagar esta polarización. En ello coinciden con los periodistas y expertos que han participado en el proyecto.

Pero la iniciativa arroja otra conclusión llamativa. Por un lado, los futuros periodistas se ven, antes de salir al mercado laboral, menos polarizados (4,95 sobre 10) que el resto. Por el otro, los periodistas en ejercicio identifican a los profesionales noveles como los más fáciles de manipular por presiones externas, principalmente por parte de los políticos. Por tanto, detectar esta vulnerabilidad en los futuros profesionales, identificar las actitudes polarizantes en uno mismo y enseñar las herramientas para combatirlas deben ser algunos de los objetivos fundamentales de las siguientes acciones del “Legado Colmenarejo”. Solo un periodista consciente de qué es la polarización cómo llega y se propaga y quién la fomenta es capaz de ejercer un periodismo veraz, reflexivo y analítico, un objetivo que debería guiar los estudios de cualquier Grado en Periodismo. En este sentido, resulta útil e importante escuchar tanto a los profesionales del periodismo como a personalidades de otros sectores (política, cultura, sociología, psicología, etc) a la hora de diseñar posibles acciones formativas. De ahí deriva la decisión de los responsables del Grado de la Universidad Villanueva de organizar foros de reflexión sobre el estado de la cuestión que reúnan a profesionales del periodismo con representantes de la sociedad civil para profundizar en las causas del problema y en posibles soluciones o recomendaciones a los distintos actores implicados (periodistas, responsables y empresarios de los medios de comunicación, políticos, figuras relevantes de la cultura, etc.).

En esta misma línea de análisis del problema de la creciente polarización, se descubre la pertinencia de poner en marcha desde la Universidad Villanueva un Grupo de investigación interdisciplinar sobre periodismo y polarización, que fomente la investigación académica sobre la evolución del problema desde diversas especialidades de las ciencias sociales.

Junto con eso, se percibe la necesidad de presentar modelos excelentes de periodismo no polarizado, y promocionar su ejemplo al conjunto de la profesión. En este sentido, en las conversaciones con los invitados a las mesas redondas surgió la idea de diseñar y crear un premio al periodismo no polarizado.

Como consecuencia de lo dicho anteriormente, surgió la idea de proponer a la comunidad un código de buenas prácticas como fruto de los estudios y la reflexión compartida. Dicha iniciativa podría completarse con la creación de un Observatorio de buenas prácticas aplicable a medios y a periodistas individuales.

Por último, y a la vista de los resultados y las afirmaciones recogidas en esta investigación, parece muy recomendable introducir en el plan de estudios del Grado de Periodismo de la Universidad Villanueva iniciativas y metodologías docentes conducentes a la formación de los alumnos, ya desde su época universitaria, en actitudes que faciliten la contraposición serena y racional de ideas en el debate sobre asuntos públicos (desacuerdo civilizado), el entendimiento y la búsqueda de puntos de encuentro.

8. REFERENCIAS

- Cikara, M., & Van Bavel, J. J. (2014). The neuroscience of intergroup relations: An integrative review. *Perspectives on Psychological Science*, 9(3), 245-274.
- Cortina, Adela (2021). Periodismo Ético en tiempos de polarización. Cuadernos de Periodistas. Número 43 <https://bit.ly/3pl4iHN>
- Gallo, H., & Ramírez, ME (2012). El psicoanálisis y la investigación en la universidad.
- González, J. L. L. (2023). La compatibilidad entre discurso político y dignidad de la persona. *Encuentros multidisciplinares*, 25(73), 21.
- González Urbaneja, Fernando (2021). Cómplices de una polarización destructiva. Cuadernos de Periodistas. Número 43 <https://bit.ly/44JZzPS>
- Miller, L. (2020). Para entender la polarización. *Letras libres*, 1.
- Prior, M., & Lupia, A. (2008). Money, time, and political knowledge: Distinguishing quick recall and political learning skills. *American Journal of Political Science*, 52 (1), 169-183.
- Soto-Echavarría, C. A. (2023). La polarización y la subjetividad: una mirada a las paradojas del lazo social desde el psicoanálisis. *Revista Guillermo de Ockham*, 21 (1), 307-320.
- Zafrilla, P. J. P. (2021). Polarización artificial: cómo los discursos expresivos inflaman la percepción de polarización política en internet. *Recerca. Revista de pensament i anàlisi*, 26 (2).