

DOSIER

10

LETRAS LIBRES
ENERO 2020

LOS SIETE PECADOS CAPITALES DEL PERIODISMO

DANIEL PELLETIER,
MAXIMILIAN PROBST

ilustración
LORENA MONDRAGÓN



El cambio climático es la mayor historia que se ha contado nunca, y sin embargo los medios no le hacen justicia. Entre los culpables se encuentra un conjunto de vicios periodísticos, desde la malinterpretación del principio de neutralidad a la falta de contextualización.

Pocas veces una crisis es singular. Ese es el problema. La comunidad internacional podría haber tenido bajo control el calentamiento climático en los últimos treinta años. Eso parecía en la Conferencia Mundial del

Cambio Atmosférico que se celebró en Toronto en 1988. Prevaleció la unanimidad, entre los científicos y los políticos. La unanimidad en torno a que el clima de la Tierra se estaba caldeando y a que los humanos eran los responsables del fenómeno. La declaración de la conferencia claramente “insta a que los gobiernos emprendan acciones inmediatas” para limitar las emisiones de CO₂. Desde entonces, como sabemos, no ha ocurrido nada similar. Las emisiones de CO₂ siguen creciendo por todo el mundo.

La historia del fracaso político ha ido de la mano del fracaso de los medios. La política no ha respondido a la crisis climática y tampoco lo han hecho los periódicos, las emisoras de radio o la televisión. Desde Toronto, ha habido un fracaso por parte de los medios a la hora de describir de forma adecuada el calentamiento climático, de explicar las medidas necesarias y exigirselas a los políticos. La crisis climática es una cosa. Pero solo podía crecer hasta el punto en que lo ha hecho gracias a una crisis simultánea de la comunicación, que ha culminado en noticias falsas y desinformación. Definimos una crisis de la comunicación como el deterioro del discurso público. Este proceso tiene múltiples causas. Una lista incompleta incluiría la desregulación global del sector mediático en los años ochenta y noventa; el triunfo de la televisión comercial y, en Estados Unidos, de las emisoras conservadoras; la creciente presión de los objetivos de audiencia; el cambio mediático y la crisis en el sector periodístico; el surgimiento de la desinformación, a menudo pero en modo alguno siempre de origen ruso. Para entender la crisis climática, debemos examinar urgentemente esta crisis de la comunicación.

Sin embargo, también hay un fracaso inherente en el modo en que los medios han manejado el cambio climático que va más allá de los cambios estructurales. El fracaso se debe a los “siete pecados capitales del periodismo”. Han contribuido a una situación en la que los argumentos superiores y los hechos científicos apenas pueden reclamar atención, no digamos convencer o ejercer presión política.

Los siete pecados capitales del periodismo desempeñan una función en todo lo que va mal en la cobertura del cambio climático. Culminan en un periodismo, cuando aborda la crisis climática, que se pierde en detalles incoherentes. La cuestión de la energía, por ejemplo, no solo tiene que ver con

puestos de trabajo, sino también con el sistema político en el que queremos vivir en el futuro. En lo que sigue, defendemos que la crisis climática está unida a la crisis de la democracia. Tanto el clima como la democracia están en peligro.

Una cosa está clara: quien siga cometiendo los siete pecados capitales del periodismo acelera una catástrofe que dañará como ninguna otra a la sociedad y la naturaleza. La evidencia científica está disponible desde hace mucho, y las advertencias no son nuevas. Nadie podrá decir que no podíamos saber nada del calentamiento climático y la catástrofe que causaría. De hecho, hacerlo sería cometer el primer pecado capital.

1. TENER LOS DEBATES EQUIVOCADOS SOBRE EL CALENTAMIENTO CLIMÁTICO

Siempre ha habido más consenso entre los científicos de lo que querían admitir los medios. Por supuesto, el trabajo de los medios no debería ser asentir respetuosamente cada vez que los científicos aseguran haber descubierto algo. Una prensa crítica, escéptica, que interroga las asunciones y enfrenta al público con distintos puntos de vista es la base de nuestra democracia. Sin embargo, en el caso del cambio climático los medios han ido mucho más lejos de lo que pedía el deber. Mucho después de que hubiera un consenso científico sobre el vínculo entre la producción del CO₂ y el calentamiento climático, muchos medios siguieron dando la impresión de que seguía siendo controvertido, de que había mucha incertidumbre sobre las cuestiones básicas y de que faltaba el conocimiento preciso sobre el cambio climático.

La discrepancia entre el conocimiento existente y lo que se escribe ha sido documentada con contundencia por la historiadora de la ciencia Naomi Oreskes. Al buscar “global climate change” en 928 artículos publicados en revistas especializadas entre 1993 y 2003, no encontró uno solo que discutiera que el calentamiento global tenía origen humano. Pero en los periódicos y en la televisión de la misma época, la negación llega una de cada dos veces. La razón está en parte en que el periodismo considera que debe aportar una cobertura equilibrada. Pero el resultado es un absurdo estadístico. En Alemania, por ejemplo, el 97% de los científicos están seguros del papel humano en el calentamiento global. Sin embargo, en la única ocasión en 2017 en que una tertulia alemana habló del cambio climático, presentó a un científico experto en el tema y a un escéptico. Si la televisión pretendiese alcanzar un verdadero equilibrio, no necesitaría a un escéptico por cada científico convencido del origen antropogénico del cambio sino uno por cada 32 o 33. Eso o tendría que emitir docenas de tertulias que no incluyeran a escépticos.

Hay otra razón, acaso más seria, para la enorme sobrerepresentación de las posiciones científicas marginales. Tiene que ver con cómo funcionan los medios. Es una perogrullada que el impacto es más importante que las circunstancias subyacentes, que el individuo es más excitante que el grupo, que el conflicto es más interesante que el consenso y que merece la pena contar un hecho no solo porque explica algo, sino porque añade algo a una historia o alimenta un debate. No es raro que los medios eligieran y publicaran explicaciones disparatadas del cambio climático con tanto entusiasmo, al margen de lo ridículas que fueran. El debate por tanto ha girado en círculos y *ad nauseam*.

Solo en los últimos dos o tres años algunos medios importantes han empezado a cumplir su tarea básica de aportar información. En 2018, la BBC publicó directrices internas para informar sobre el cambio climático tras admitir que se había “equivocado con demasiada frecuencia en la cobertura”. Las directrices advierten contra la idea de crear un equilibrio falso: “Para alcanzar la imparcialidad, no necesitas incluir a negacionistas del cambio climático en la cobertura de la BBC, del mismo modo que no tendrías a alguien negando que el Manchester United ganó 2-0 el sábado pasado. El árbitro ya ha hablado.”

En parte como resultado, ahora el negacionismo del cambio climático florece en los rincones más oscuros de las redes sociales o en los canales rusos de propaganda. Pero no es una razón para la complacencia. El periodismo sigue cometiendo el pecado capital de albergar el debate equivocado, solo que de otro modo. Ya no es una cuestión de si el cambio climático existe y, de ser así, si los humanos son responsables de él. Se habla de cosas como los coches eléctricos y de si pueden contribuir a la descarbonización o son también asesinos del clima. También hay consenso científico sobre estas cuestiones, pero los medios de nuevo no lo reconocen. La preferencia sigue siendo la polémica, que a menudo se combina con la falta de interés en un consenso que amenaza el modelo basado en los combustibles fósiles. Para repetir: los científicos están convencidos de que la movilidad eléctrica puede suponer una contribución importante para limitar el calentamiento climático, si la electricidad que se emplea para producir esos vehículos viene de fuentes renovables, y sus baterías se cargan también con energías renovables. Por eso todas las estrategias serias de protección frente al cambio climático incluyen el desarrollo de la movilidad eléctrica junto a la transición energética. El efecto positivo del coche eléctrico se cancela cuando –sorpresa– se utiliza energía derivada del petróleo y el carbón para producir e impulsar el coche. El uso que hacen los escépticos de este falso argumento contra los coches eléctricos, junto a la referencia a estudios, da la

impresión de que la movilidad eléctrica es dudosa y científicamente controvertida.

2. DEJAR EL CAMBIO CLIMÁTICO EN MANOS DE LAS CIENCIAS NATURALES

El segundo pecado del periodismo es dejar el asunto del cambio climático en manos de las ciencias naturales. Los informes sobre predicciones cada vez más precisas son numerosos. Los cálculos sobre lo alto y deprisa que subirán las temperaturas y el nivel del mar se publicitan con regularidad. Todo el asunto culmina en el circo en torno a las conferencias del clima de las Naciones Unidas, donde los climatólogos hacen apelaciones honestas y donde la mera presencia de los políticos confiere la impresión de que se toman el asunto en serio. Como ha mostrado el sociólogo Michael Brüggemann, esto sucede incluso cuando los climatólogos consideran que el acontecimiento ha sido un fracaso catastrófico: en otras palabras, siempre, salvo París 2015.

Seamos claros: es importante informar de los descubrimientos científicos. En el lenguaje de la filosofía lógica: informar del cambio climático es una condición necesaria para un discurso climático sensato. Sin embargo, no es una condición suficiente. Porque, aparte de los aspectos científicos de la crisis climática, el periodismo también tiene que transmitir otras implicaciones, sean sociales, culturales, geoestratégicas, económicas, históricas o, como aquí, teóricas de los medios. Por el momento, ninguna de ellas ha recibido mucha atención. Como el calentamiento global hasta ahora ha sido tratado por completo como una cuestión de ciencia, hay todavía pocos periodistas de otras áreas con la confianza como para abordar esta patata caliente. Los mismos ingredientes terminan reciclándose una y otra vez, con el resultado de que el periodismo climático parece cada vez más insulso.

El cambio climático no es el coto privado de los especialistas. De hecho, es un “hecho social total”. ¡Hay mucho que escribir, filmar o decir sobre la crisis climática! ¿Cuál es su historia intelectual? ¿Cuáles son los orígenes del “hombre del hidrocarburo” (Daniel Yergin)? ¿Qué significa la crisis climática para la literatura y el arte? ¿Qué formas de educación necesitamos? ¿Y qué formas convencionales de educación debemos abandonar? ¿Qué pasa con los exportadores de petróleo, cada vez más nerviosos? Rusia, por ejemplo, va a perder una gran cantidad de sus exportaciones por la transición energética. ¿Tendrá que rescatar Occidente a Rusia? Si es así, ¿cómo? ¿Cuáles son las implicaciones para Oriente Medio si ya no se emite más CO₂ de 2040 en adelante, porque de otro modo no se podrían alcanzar los objetivos del clima de París? ¿Cuál es el verdadero coste de la transición energética en comparación con el coste de los combustibles fósiles, que

reciben subsidios mucho más elevados que las renovables de todo el mundo y cuyo impacto ambiental debería incluirse también en la ecuación?

Pocas veces uno se encuentra con esas preguntas en las noticias principales. La crisis climática es el desafío más importante que la humanidad ha encontrado nunca, y sin embargo en los medios es una mera distracción que se deja en manos de unos pocos periodistas especializados, la mayoría de los cuales tienen formación en ciencias naturales.

3. TRATAR EL CAMBIO CLIMÁTICO COMO UNA CUESTIÓN VERDE

Como “hecho social total”, el cambio climático no puede meterse en un corsé de partidos políticos. Sin embargo, los periodistas caen una y otra vez en la trampa de tratar el cambio climático como un asunto verde. Es como considerar que la política demográfica es de izquierdas, porque en el siglo XIX quienes defendían la democracia eran sobre todo los políticos de izquierdas, mientras que las ideas monárquicas seguían dominando en el ámbito conservador. Sin embargo, muchos políticos preocupados por el clima no son de izquierdas; el republicano estadounidense George Shultz es solo un ejemplo.

Esencialmente, todos los partidos pueden encontrar puntos de referencia filosóficos para una política climática ambiciosa: la preservación de la creación divina (conservadores), la libertad en la responsabilidad (liberales), la organización racional del metabolismo entre la sociedad y la naturaleza (socialistas) o la idea de que solo hemos tomado la Tierra prestada para dársela a nuestros hijos (verdes). Sin duda la extrema derecha también aprovechará la oportunidad de descubrir la energía renovable. Después de todo, es difícil explicar a los nacionalistas por qué el sistema del país funciona con energía extranjera, ya sea el “petróleo terrorista” de Oriente Medio o el petróleo de los oligarcas rusos.

A los liberales la política climática les resulta aún más cercana. ¿Qué podría ser más liberal que tomar acción libremente contra las temperaturas que suben, antes de verse obligado a hacerlo por el estallido de la catástrofe? ¿Cómo puede reconciliarse la defensa de los combustibles fósiles de los liberales con el hecho de que están muy subsidiadas en todo el mundo, a pesar de que las fuentes eólicas y solares ya producen en muchos lugares energía más barata? ¿No deberían los principios del mercado haber empujado hace mucho a los liberales hacia las renovables, que hoy en día representan la innovación?

El compromiso de combatir el cambio climático no encaja claramente en las categorías de la derecha y la izquierda. El calentamiento global amenaza toda la vida del planeta. La transición energética es una

oportunidad para todos los partidos, sea su programa modernista, nacionalista, partidario del Estado del bienestar, anticapitalista o conservador. El gran error de los medios es no ver estas conexiones.

O, más bien: haberlas perdido de vista. Cuando la catástrofe climática surgió por primera vez como amenaza inminente en los años ochenta, había un consenso internacional en la política y en los medios en torno a que había que ponerse en marcha rápidamente. El Grupo Internacional de Expertos sobre el Cambio Climático se estableció con el apoyo de la administración Reagan: hoy, es el enemigo número uno de los republicanos. Las élites de los combustibles fósiles llevan mucho tiempo politizando y polarizando las cuestiones del cambio climático, en especial en los años noventa y comienzos de los dos mil. Sus esfuerzos propagandísticos son bien conocidos; debemos señalar que los medios han hecho su papel lo mejor que han podido. La lógica de la representación proporcional sigue determinando la cobertura del cambio climático, donde los medios deberían exponer casos en los que las partes pierden de vista el asunto central, y sus preocupaciones cuando lo afrontan. Cuando la política climática se trata como un asunto verde, se deduce que no se puede cubrir demasiado el asunto, porque de lo contrario no pararíamos de hablar de los verdes. Las consecuencias son fatales.

4. PENSAR QUE DESCARBONIZACIÓN EQUIVALE A PÉRDIDA

En los medios, la política climática no solo es verde: también significa rechazar hábitos apreciados y abandonar comodidades materiales. La descarbonización nos saldrá cara, nos dicen. No es el cambio climático y las formas de vida que nos robará lo que nos asusta, sino todo lo que perderemos si intentamos detenerlo.

La distorsión de los hechos acompaña con frecuencia a una tendencia a individualizar el problema. No solo se trata de que los individuos lleven la carga de la política del clima —se verán obligados a conducir menos, comer menos carne, volar menos y pagar mucho más por todo a causa de los disparados precios de la energía—, sino que también estarán en primera línea de la lucha contra el cambio climático. Es como si el discurso de la privatización de los años ochenta y noventa del siglo pasado, que decía que cada individuo era responsable de su propio destino y que la sociedad no existía, se hubiera visto proyectado hacia el asunto del clima, que solo se puede resolver si cada individuo hace su parte. Uno lee incontables informes, comentarios y testimonios personales sobre hasta dónde pueden llegar los individuos para reducir las emisiones del CO₂ en la vida cotidiana. Esos esfuerzos

se celebran después como un compromiso extraordinario en el combate con el cambio climático.

Sin embargo, cualquier periodista que considere a los individuos responsables o plantee la política del clima en términos de pérdida está en nómina de la industria de los combustibles fósiles o actúa de forma inconsciente como tonto útil. La perspectiva debería invertirse: no es el individuo quien puede hacer algo, sino la política y el colectivo. Deben crearse estructuras y condiciones dentro de las cuales emitir el menor CO₂ posible sea lo obvio y rentable. Un estilo de vida de bajo consumo de carbono debería promoverse con facilidad a través de impuestos al carbón y desviando subsidios de los combustibles fósiles a las renovables. No es lo que ha ocurrido desde los avances recientes en la energía eólica y solar y las nuevas tecnologías de almacenamiento. En 1995, el informe Factor 4 del Club de Roma sostenía que se podía doblar la prosperidad utilizando la mitad de los recursos naturales que se explotan en la actualidad.

Desde entonces, los medios podían haber dicho que la política del clima y la transición energética representaban una ganancia económica general, y que cada euro invertido en la descarbonización sería recuperado con creces. Los cálculos ya los había hecho en 2006 Nicholas Stern, economista jefe del Banco Mundial, y desde entonces se han revelado correctos en repetidas ocasiones. Solo incurriremos en pérdidas como sociedades e individuos si no implementamos la transición energética. El resultado de no hacerlo sería menos prosperidad, menos empleo, menos sustento, menos biodiversidad, peor salud, una distribución más desigual de la riqueza y menos participación política, que bajo el régimen de la industria fósil y el estrés de la adaptación al clima se reduciría, en regímenes más autoritarios y oligárquicos.

5. GENERALIZAR LA RESPONSABILIDAD DEL CAMBIO CLIMÁTICO

La contrapartida al imperativo de la individualización —¡has de cambiar de vida!— es el tipo de generalización que dice que todo el mundo tiene la culpa y todo el mundo debe hacer algo. El ser humano —atención al singular colectivo— es una criatura prometeica. Le gusta jugar con fuego, siempre lo ha hecho. Por eso se calienta el planeta.

Esta generalización es fatal. Se convierte en una teoría de culpa colectiva que oscurece la responsabilidad y las alternativas. Hace que perdamos de vista quién alimenta de verdad el cambio climático, quién se aprovecha de él y quién diluye y retrasa las políticas ambientales. Y también oculta a aquellos que, por otro lado, exigen acción climática y desarrollan las medidas y estrategias necesarias. Finalmente, pierde de vista el

centro de la sociedad: por qué aparta la mirada y permanece apática, apoyando en efecto a aquellos cuyos intereses en los combustibles fósiles impulsan el cambio climático.

Los climatólogos Patrizia Nanz y Manuel Rivera analizan este problema en un estudio sobre “relatos de desarrollo sostenible”.¹ Concluyen que el discurso del clima y la sostenibilidad “evitan estructuralmente nombrar a los antagonistas políticos y tienden a incompletas *constelaciones de actantes*”, es decir: que el discurso evita mencionar a todos los implicados. Sin embargo, la generalización no solo obstruye la acción política. Nanz y Rivera identifican otro fracaso: “El resultado es un mal relato, una palpable falta de narrativa.” En otras palabras: las generalizaciones sobre el cambio climático son aburridas. Aunque casi nadie le presta atención, este tipo de periodismo sigue siendo un pecado mortal. Porque es la gente la que hace historia. Hay que dedicar un énfasis especial a la gente activa en el cambio climático (que nos incluye a todos: aquí la generalización es adecuada porque no hacer nada también es hacer algo) y sus variadas motivaciones.

La culpa del cambio climático está en buena medida en las grandes corporaciones petrolíferas, empresas como Exxon, que conocían los peligros del calentamiento global en los años ochenta. Cuando, al final de la década, la comunidad internacional indicó su determinación de combatir el cambio climático, la industria petrolífera se embarcó en una enorme campaña de desinformación y presión a fin de proteger su modelo de negocio. También tienen culpa políticos —en Estados Unidos sobre todo los republicanos; en Europa, muchos de los partidos principales, incluyendo a izquierdistas y liberales— que, a causa de su cercanía con las industrias de los combustibles fósiles o naciones que exportan petróleo como Rusia, han bloqueado o aplazado nuevas políticas energéticas durante treinta años. Un grado de responsabilidad en el cambio climático corresponde también a los periodistas culpables de utilizar generalizaciones para evitar el tema. Escriben a menudo en periódicos conservadores, pero en los últimos treinta años, cabezas liberales o de izquierda también han fallado con mucha frecuencia a la hora de tratar el cambio climático en primera plana.

6. NO VER LA IMAGEN GLOBAL

Los medios tratan el cambio climático como un tema entre muchos. En términos estructurales, un reportaje sobre un huracán no es muy distinto a la crónica de un partido de fútbol. Se da el resultado (victoria, empate,

¹ En: Brigitte Bertelmann, Klaus Heide (eds.), *Leben im Anthropozän: Christliche Perspektiven für eine Kultur der Nachhaltigkeit*, München: oekom verlag, 2018, 137-148.

derrota/número de víctimas, coste de los daños), se reconstruyen los acontecimientos (el transcurso del juego/tormenta) y se ofrece una evaluación (¿la tormenta tenía algo que ver con el cambio climático o era un fenómeno normal?/¿el Real Madrid merecía ganar o no?). En las noticias deportivas, los resultados individuales se ordenan en una tabla. Esto es crucial para que los espectadores mantengan la atención. Con el periodismo del clima, no hay tabla. En vez de eso, nos quedamos con un montón incoherente de fragmentos. La imagen global se vuelve más borrosa, incompleta e incomprensible que con casi cualquier otro asunto que traten los medios.

Esto tiene que ver con la propia naturaleza del tema. El cambio climático es un hiperobjeto (Timothy Morton): un fenómeno masivo que se extiende por el espacio y el tiempo. El periodismo convencional está totalmente superado. El constante flujo de noticias –aquí una conferencia climática, ahí una predicción sobre la subida del nivel del mar, aquí una disputa en la industria del carbón– deja al público exhausto y sobrecargado. Ay, cambio climático. ¡Nadie sabe realmente lo que pasa!

El flujo de noticias siempre fue problemático. Pero, cuando tratamos del cambio climático, se enfrenta a sus límites. En general necesitamos un periodismo más relacional, y específicamente necesitamos un periodismo bien editado que pueda tratar con lo específico. Un enfoque relacional reconoce que el cambio climático afecta casi todas las áreas de la vida social y política. De ese modo, los medios establecerían conexiones entre diferentes campos de conocimiento y mostrarían conexiones relevantes con la vida individual y social. El término “periodismo climático” se volvería superfluo, tan superfluo como el sintagma “periodismo democrático”. El asunto del cambio climático requiere que seamos capaces de pasar naturalmente a las noticias sobre la migración, el populismo de extrema derecha, las pensiones, la literatura, etc.

“Periodismo bien editado” es lo que propone el especialista en comunicación Seth Abramson para asuntos importantes y complejos. Este tipo de periodismo destila conexiones de informes individuales que se producen en un periodo largo de tiempo y que ahora están disponibles en cantidades inéditas. El objetivo es establecer un relato amplio y fiable basado en fuentes creíbles, un relato que pueda explicar, de manera accesible, cómo hemos llegado hasta aquí. “Bien hecho, el resultado de toda esta recopilación, conexión y síntesis no será solo una historia completa sino también la producción de conocimiento nuevo”, argumenta Abramson.

Si el ascenso de las temperaturas y el nivel del mar se relacionan con la migración, el auge del populismo, la

negación del cambio climático, la enorme influencia de las empresas de combustibles fósiles y los países exportadores de energía en el discurso social y en las políticas de las democracias occidentales, y la agresiva geopolítica de muchos países dependientes del petróleo, resulta claro que se trata de mucho más que de si vamos a trabajar en coches eléctricos. El cambio climático trata y siempre ha tratado del futuro de la democracia.

7. VENDER A LA BAJA EL CAMBIO CLIMÁTICO

El cambio climático ocupa pocas veces la primera página o el *prime time*. Raramente se aborda el asunto en artículos importantes. Como periodista, no hay un gran incentivo para cubrir el cambio climático. En tiempos de escala e impacto, es la mayor historia que ha ocurrido nunca, pero frente al terrorismo, el islam o el populismo de extrema derecha nunca ha sido un tema dominante en el periodismo. A menudo la situación se justifica con referencia a las figuras del espectador y del lector: el cambio climático es un asunto marginal porque el público solo está marginalmente interesado en él. Este es un argumento vago, porque infravalora el poder de marcar la agenda.

Neil Postman defendía que los medios establecen una “definición específica de la realidad”. Cita las palabras de Niklas Luhmann en *La realidad de los medios de masas*: “Lo que sabemos sobre nuestra sociedad, y de hecho sobre el mundo en que vivimos, lo sabemos por los medios de comunicación de masas.” Los medios no dictan lo que la gente dice y piensa. Pero sin duda determinan sobre qué piensan y de qué hablan. Si el cambio climático no se hubiera marginado, habría lectores y espectadores para él. El interés público se podría haber generado en cualquier momento.

Si los medios evitan los siete pecados capitales, si dan más relevancia a todo lo que tiene que ver con el cambio climático y lo hacen con más frecuencia, si tienen los debates correctos, si tratan las muchas facetas geopolíticas y sociales distintas y lo hacen desde diferentes perspectivas, si señalan las oportunidades que llegan con la transición energética, si nombran a los villanos, los héroes y los tontos útiles, si construyen un relato atractivo que explique lo que ocurre aquí y ahora, el público irá tras ellos. La sociedad exigirá una nueva política que actúe de forma decisiva. —

*Traducción del inglés de Daniel Gascón.
Publicado en Wespennest 176 (2019).
A través de Eurozine.*

DANIEL PELLETIER es politólogo y médico. Colabora en *Süddeutsche Zeitung* y en *Die Zeit*.
MAXIMILIAN PROBST es ensayista y periodista en *Die Zeit*.