

*APROXIMACIÓN A LA ESTRUCTURACIÓN DE CREENCIAS
SUPREMACISTAS CONTEMPORÁNEAS*

*APPROACH TO THE STRUCTURE OF CONTEMPORARY
SUPREMACIST BELIEFS*

Andrés Roberto Barradas*
José Carlos Vázquez Parra**
Miguel Zaldívar Dávalos***

RESUMEN

El presente artículo pretende hacer una reflexión, a partir de una argumentación de índole bibliográfico, acerca de cómo los medios de comunicación pudieran llegar a tener un claro impacto en la generación, desarrollo e incluso regreso, de creencias ideológicas supremacistas, ya no solo en sus seguidores, sino también, en la comunidad en general, constituyendo las creencias que en la actualidad se están usando para argumentar comportamientos de segregación, rechazo y discriminación hacia los grupos minoritarios.

PALABRAS CLAVE: DISCRIMINACIÓN * RACISMO * IDEOLOGÍA * CREENCIA * MEDIOS DE INFORMACIÓN

ABSTRACT

This article intends to make a reflection, based on a bibliographic argument, about how the media could have a clear impact on the generation, development, and even return of supremacist ideological beliefs, not only in its followers, but also, in the community

* Departamento de Industrias Creativas de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey en Guadalajara, México.
arbarradas@itesm.mx

** Departamento de Estudios Humanísticos de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey en Guadalajara, México.
jcvazquezp@itesm.mx

*** Departamento de Estudios Humanísticos de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey en Guadalajara, México.
mzaldivar@itesm.mx

in general, constituting the beliefs that nowadays are being used to argue behaviors of segregation, rejection and discrimination towards the minority groups.

KEYWORDS: DISCRIMINATION * RACISM * IDEOLOGY * BELIEF * INFORMATION MEDIAS

“La raza es un fraude. Todos los pueblos modernos son un conglomerado de tantas mezclas étnicas que no existe ninguna raza pura”.
Albert Eistein (Calaprise, 2016)

INTRODUCCIÓN

Aunque referirse al supremacismo en el siglo XXI podría resultar controversial, por ser un tema que mayormente fue discutido en los siglos XIX e inicios del XX, parece ser una noción que adentrado el año 2017, está resurgiendo en el mundo. Actualmente, no resulta extraño encontrar en los medios de comunicación, distintos señalamientos sobre grupos que adoptan las ideologías supremacistas, reviviendo una visión moral contraria a la diversidad y un discurso de odio que rechaza a todos aquellos que son diferentes.

La activista internacional y premio Nobel de la Paz, Malala Yousafzai, en su visita a México, ha señalado que el odio entre las personas daña plenamente a los individuos, ya que la diversidad es una belleza en la que todos consiguen ser uno mismo (Ponce, 2017). Sin embargo, Cohen y Blanco (2017) del Instituto Español de Estudios Estratégicos, consideran que el supremacismo es algo que no ha sido plenamente superado en muchos países, siendo una ideología que, aún con bajo perfil, se ha conservado, destacando su agravamiento en algunos momentos y a causa de algunos sucesos.

El 12 de agosto del 2017, será recordado sin lugar a duda, como un día negro en la historia de Charlottesville, Virginia, en donde al menos una persona murió y 19 resultaron heridas cuando un automóvil embistió a una multitud que protestaba en contra de una marcha de ultranacionalistas (BBC, 2017). Lo más lamentable, es que esta situación se da dentro de un momento social en el que varios grupos

supremacistas han vuelto a la luz pública, condenando o avalando acciones gubernamentales o incluso, a grupos y esferas políticas. Ejemplo de esto, puede ser que a pesar del rechazo del presidente Donald Trump al Ku Klux Klan (KKK), el ex líder de este grupo extremista no tuvo problema para brindar su apoyo durante el proceso electoral del 2016, por considerar que las propuestas de carácter nacionalista del ahora presidente, se apegaban claramente a sus ideologías (UNIVISION, 2016).

Basándose en su “derecho” a la libertad de expresión, grupos como Alt-right (Derecha Alternativa), el KKK y los neonazis (BBC2, 2017), ya no temen externar sus ideales, objetando lo que política y socialmente era considerado correcto, mostrando su rechazo hacia la diversidad, el mestizaje, la igualdad de género, las comunidades GLBTQI, la migración, entre otros grupos (Almeyra, 2004). Así, parece ser que los grupos supremacistas vuelven a encontrar un espacio en los medios de comunicación, en los cuales se puede ver, de manera más cotidiana, términos referentes a ideologías supremacistas, nacionalistas y que promueven discursos raciales y de odio, tanto en los noticieros, las primeras planas de los diarios y la información en redes sociales.

El objetivo de este artículo es hacer una reflexión argumentativa acerca de cómo los medios de comunicación pudieran llegar a tener un claro impacto en la estructuración, desarrollo y regreso de creencias ideológicas supremacistas, ya no solo en sus seguidores, sino también, en la comunidad en general. Para llevarlo a cabo, se ha utilizado una metodología de análisis y reflexión bibliográfica. El mayor riesgo de lo planteado en esta hipótesis, es que no se puede considerar de igual manera la aversión que un agente pudiera tener hacia algún tema, que el contar con creencias estructuradas en ideologías que respalden dicho rechazo.

Las creencias supremacistas pueden dar pauta a argumentaciones que respalden múltiples actos de rechazo y odio, los cuales, en un extremo, pueden dar pauta a comportamientos agresivos y violentos.

Para desarrollar este objetivo, el presente artículo, se hará un abordaje desde tres enfoques. Primeramente, se plantea un análisis de los antecedentes del supremacismo, considerando como este tipo de ideologías parecen formar parte del desarrollo histórico de algunos países. Posteriormente, se hace una reflexión desde los medios de comunicación, tomando como punto detonante, al usuario como mensaje. Para finalizar, se propone un abordaje desde la teoría de la acción con un enfoque elsteriano, buscando comprender cómo es que las creencias se constituyen y cómo es que los medios de comunicación juegan un rol fundamental cuando los agentes cuentan con pocas fuentes adicionales de información.

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS IDEOLOGÍAS SUPREMACISTAS

Referirse al supremacismo obliga casi de manera natural, a hacer referencia a uno de los temas que más se relaciona con sus ideologías: el racismo y el poder de los blancos sobre las personas mestizas y de color. Esta situación también responde a otro fenómeno con un pasado histórico igual de relevante, que es el esclavismo.

Aunque remitir al esclavismo pudiera dar pauta a antecedentes tan antiguos como Mesopotamia, Egipto, Babilonia o incluso, a grupos indígenas Mesoamericanos, como los Incas o los Aztecas (Rivera, 2000), para los fines de este artículo, se parte desde la esclavitud de la colonización, la cual es la raíz de muchas de las ideologías del supremacismo actual en los países anglosajones (Böttger, 2007).

Al iniciar la revolución industrial en Inglaterra, se detonó un importante crecimiento económico tanto para ese país como para Francia y Bélgica, donde se extendió la revolución industrial, por su cercanía. Dicha

industrialización se vio acompañada de una masificación de productos, la necesidad de una gran cantidad de mano de obra y por supuesto, el deseo expansionista para buscar materias primas y nuevos mercados para dichos productos (París, 2002).

Gran Bretaña, Francia y en menor medida Bélgica y Alemania fueron imperios que tuvieron un importante crecimiento económico con la colonización de África. Dicho espíritu expansionista no solo buscaba el crecimiento territorial y el aprovechamiento de los recursos de estas nuevas tierras, sino que también pretendía localizar mano de obra barata, lo que terminó dando pauta a un importante mercado de esclavos, mismo que sería fundamental para la economía de la época.

El documental *Racism a History*, producido por la BBC, hace mención que los británicos, en gran medida, comercializaban con esclavos no por el hecho de que fueran racistas, sino porque simplemente, eran tan cuantiosas las ganancias, que encontraron en el racismo una excelente forma de generar recursos (Tickell, 2007).

Las ideologías de pueblos superiores a otros, potenciada por el esclavismo de la época colonial, se mantuvo durante todo el periodo imperialista de los siglos XVIII y XIX, apoyando una visión eurocéntrica de la economía y del poder. El racismo se impulsó y creció en la búsqueda de beneficios económicos para los países más poderosos (Illicachi, 2015).

El trato que se les dio a los pueblos colonizados fue muy variado según el año, el país colonizador, el país colonizado, los recursos encontrados, la intervención de los evangelizadores y las necesidades de la colonia; y aunque había cierto interés por educar y evangelizar, también hubo una gran cantidad de abusos, engaños y una clara explotación (Wade, 2011).

Con la justificación de que el colonialismo buscaba mejorar las condiciones de vida de aquellos pueblos que estaban retrasados ante los avances europeos, los colonos no perdieron la oportunidad de mostrarse como parte de una potencia superior a los pueblos conquistados, tanto en tecnología, conocimiento, e incluso, en su cercanía con Dios. Bajo esta idea, África,

América y otras regiones, necesitaban de Europa y sus conocimientos para su desarrollo, considerando que su población era inferior en cierta medida, dando pauta a una inevitable segregación, discriminación y racismo. En ese contexto, en el viejo continente se empieza a producir y difundir un pensamiento donde se resaltan las diferencias entre el hombre blanco civilizado y el hombre salvaje, que usualmente era de color.

Lepe-Carrión (2014) afirma que distintos pensadores, historiadores, novelistas y filósofos promovieron la supremacía blanca, fundamentando la importancia de civilizar a las tribus atrasadas e incultas y de difundir el cristianismo. Como un caso de ello, señala a Immanuel Kant, a quien responsabiliza de tener una visión eurocentrada que coloca al pueblo europeo en un lugar preferente al resto de las naciones, planteando la necesidad de civilizar a los demás pueblos.

Otro ejemplo de autores que difundieron este pensamiento se puede apreciar con el poema “La carga del hombre blanco” que escribió Rudyard Kipling y que se publicó en 1899 en la revista McClure’s (Kipling, 1997). En sus versos se refleja el mandato moral que el hombre blanco tiene sobre las criaturas salvajes. Aquí una parte de dicho poema:

*Llevar la carga del Hombre Blanco
Enviad adelante a los mejores de entre vosotros
Vamos, atad a vuestros hijos al exilio
Para servir a las necesidades de vuestros cautivos;
Para servir, con equipo de combate,
A naciones tumultuosas y salvajes
Vuestros recién conquistados y descontentos
pueblos,
Mitad demonios y mitad niños.*

Tal como lo presenta Sarabia (2017), con el paso de los años este poema se ha convertido en un estandarte que refleja el pensamiento eurocéntrico y busca justificar el dominio colonial y la civilización de las razas para beneficio aparentemente de estas últimas. A este escritor británico nacido en la India en 1865, Quesada lo describe como un ideólogo del pensamiento colonial británico de la era victoriana. En su estudio sobre Kipling y el Imperialismo Británico, Quesada afirma:

En Gran Bretaña el trabajo literario de Kipling era asumido con una gran naturalidad... para los británicos, desde el siglo XVI, a este tipo de apologistas, bien pagados y protegidos por la Corona, se los veía como algo institucionalizado, tan bien integrados a la maquinaria ideológica del sistema (Quesada, 1999, p.74).

Hay que agregar que quienes mayor acceso tenían a todos estos escritores y este pensamiento eran las personas de mayor nivel económico, ya que tendrían acceso a la educación, a leer poesía y filosofía, así como ir a las Universidades. Según Cisneros (2001), lo que se puede apreciar son dos procesos, por un lado, el del imperialismo, y por el otro, la difusión de una ideología altamente conveniente para las necesidades expansionistas de la época.

Cabe señalar que las ideas de las desigualdades de razas también se habían permeado en América, ya que al tiempo que la esclavitud crecía en África a manos del poder europeo, esta también se desarrollaba en América como principal destino de la mano de obra esclavizada, tanto de África como de las islas del Caribe. Aún hoy, esto se puede apreciar claramente, encontrando naciones como Haití, que tienen una clara influencia cultural de las colonias esclavas africanas que se gestaron durante esta época.

En algunos países como Estados Unidos, las ideologías de esclavismo se focalizaron en ciertas áreas, siendo más apreciadas en zonas como el sur, y poco valoradas en regiones del norte o el oeste americano. En los estados sureños como Alabama o Mississippi, se llegaron a alojar hasta el 95% de los esclavos que llegaron a Estados Unidos, creciendo una cultura donde la esclavitud era parte de la vida y el desarrollo económico de la zona (Knauth, 2000).

No es difícil creer que en la sociedad de los blancos de los estados sureños de Estados Unidos, la esclavitud era bien aceptada, pues llegó a ser parte de la vida de tres generaciones o más, donde el racismo era una forma de justificar la situación, de manera parecida a como se dio en el colonialismo británico. Bajo esta ideología, no había una injusticia en la

esclavitud, ya que se pensaba que los blancos y los negros no eran iguales

Al igual que en Europa, la esclavitud era justificada en pro de lograr que prevaleciera el *status quo* que a los blancos beneficiaba y que realmente no tenía mayor justificación que la búsqueda del crecimiento de su riqueza y el desarrollo de sus tierras.

Sin embargo, al terminar la guerra de secesión del norte contra el sur en Estados Unidos (1861 a 1865), la esclavitud fue abolida por ley, lo que no necesariamente modificó el pensamiento de desigualdad, la percepción de diferencias y la intolerancia entre la ciudadanía. Se debe tener presente que en dichos pueblos la educación y los valores que se daban en sus escuelas, iglesias, gobiernos y familias se encontraban dentro de un marco de esclavitud y desigualdad, así que el tema de la igualdad de razas difícilmente podía ser adoptado de una manera inmediata. La sociedad había crecido y se había educado con el racismo, así que fue notoria la incapacidad de aceptar que todos tenían los mismos derechos (Illicachi, 2015).

Con base en esta incapacidad o incluso, negación de abrazar una ideología de igualdad, en estas regiones fueron naciendo múltiples grupos que se aferraban a lo que habían aprendido por tantos años, apegándose a principios de supremacismo blanco y el rechazo de todo aquello que significara mestizaje, migración y diversidad (Pascale, 2010).

El KKK nace precisamente un año después de la guerra, en 1866, en el Estado de Tennessee, a partir de cinco exsoldados confederados, quienes se reunieron para iniciar un grupo que empezó como un club de carácter social. Este surge en un terreno fértil para este tipo de ideologías, en un momento histórico en el que muchos apreciaban el respeto a aquello que creían y a lo que eran fieles. Rápidamente llegó a tener hasta 5 millones de miembros, adoptando distintivos que ahora se han vuelto clásicos, como las máscaras, los trajes blancos y el uso de terminologías que les permitía mantenerse en el anonimato, dentro de una sociedad que rechazaba legalmente cualquier manifestación de racismo.

Con el pasar de los años, la misma evolución del pensamiento americano y el aumento acelerado de la migración, llevó a que el KKK perdiera miembros y fuerza política, pero esto no significó que desapareciera, siendo un constante recordatorio del pasado ideológico de los estados del sur (Torres, O’Conor, Mejía, Camacho y Long, 2011).

En el resto de América, la percepción del eurocentrismo se fue diluyendo, a medida que crecían los sentimientos nacionalistas en Latinoamérica, primordialmente al término de la segunda guerra mundial. Lo anterior gracias a la búsqueda de los procesos de democratización y a que el expansionismo fue perdiendo relevancia. Mignolo (2000) hace referencia a ello hablando de la Argentina de 1960: “El brillo de la modernidad nos ocultaba la colonialidad. Pensábamos que él —periodo colonial— se había terminado, convencidos de la ideología nacionalista con que se escribía la historia continental” (p.86).

Aunque el intervencionismo de Estados Unidos durante la Guerra Fría puso nuevamente en la mesa de debates al expansionismo de esta nueva potencia, la colonización que se gestó en dicho momento ya no tuvo la justificación en la supremacía racial. Tanto para Estados Unidos, como para los países Latinoamericanos, el intervencionismo era un tema económico, disfrazado de “búsqueda de democracia” y de “la libertad” que prometía el capitalismo contra el comunismo.

Esta situación de un expansionismo democratizante, a diferencia de lo que se dio en la colonia, no promovía la explotación o maltrato de los pobladores de dichas regiones, ya que su justificación era el mejorar sus condiciones de vida. Por ende, gran parte de los procesos posteriores, ya no traían la necesidad de ideales independentistas, ya que ante la mirada internacional, había momentos en que los poderosos ya no tenían justificación para permanecer en dichas tierras, dejándolas en manos de su propia ciudadanía.

Casos como Vietnam o Hong Kong, fueron ejemplos de este nuevo tipo de colonialismo,

que al tener una base primordialmente económica, contaba con un plazo de “explotación”, al cual los países debían apegarse.

Se pensaría que esta nueva visión, motivada por lo económico, más allá que por ideologías de desigualdad o superioridad, daría por terminados los antecedentes históricos enmarcados durante siglos por el racismo y la intolerancia, sin embargo, así como hay brasas que jamás se apagan, parece ser que hay ideologías que claramente se conservan en el ideario de los pueblos.

Sorprendentemente, y a pesar de haber pasado casi un siglo, las posturas políticas que hoy se plantean desde la extrema derecha de Estados Unidos y Europa, reflejan el mismo pensamiento de superioridad que se manejaba como argumento en el colonialismo (Flecha, 2001), y aunque se sabe que esto nunca desapareció en algunos grupos, ahora sale de las sombras, respaldado por un derecho a expresarse que resulta bastante controversial.

En países en donde el nacionalismo parecía parte de un pasado oscuro, ahora resurge desde la esfera política, como es el caso del grupo de extrema derecha alemana PEGIDA (Patriotic Europeans Against the Islamisation of the West —Occident—). Este grupo lanzó en julio de 2016 su partido político, dando a conocer sus intereses de unir fuerzas con un partido ya existente también de extrema derecha Alternative for Germany (AFD) (Goulard, 2016).

En Estados Unidos, cada vez es más usual escuchar en los medios, casos de racismo manifiesto que hace 20 años habrían tenido un claro rechazo por toda la población. Ataques a migrantes, negación a las diferencias y grupos abiertamente homofóbicos y transfóbicos, argumentan que tienen un derecho casi divino a rechazar a aquellos que atentan contra lo que ellos denominan “valores americanos”. De esta forma, bajo la ideología de “Hacer grande a América”, las ideologías supremacistas han encontrado nuevamente tierra fértil para enraizarse y florecer, aunque ahora han cambiado el pulpito por la televisión y los panfletos por las redes sociales. Así, los medios de comunicación se constituyen como una pieza central, por ser, como lo han sido por siglos, la plataforma ideal

para la expansión de ideologías, doctrinas y creencias.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL SIGLO XXI. HACIENDO GRANDE A AMÉRICA ENTRE LOS ANUNCIOS

El poder de los medios de comunicación impregna a la sociedad de una gran cantidad de mensajes que diariamente llegan al espectador. La micropantalla o pantalla portátil acompaña durante más de 12 horas al día al usuario (Amar, 2010). Solo en México, el uso computadoras de escritorio para acceder a internet cayó en 4 millones de usuarios, contra los 10 millones que acceden a la web vía teléfonos inteligentes o smartphones.

De esta manera, la capacidad de emisión de mensajes audiovisuales en estos *gadgets* es tal, que los filtros humanos no bastan, dejando latente la evolución no solo del medio, sino de un mercado de producción audiovisual y sus etapas consecuentes de distribución y exhibición. La oferta que se obtiene de los medios de comunicación ha aumentado considerablemente desde el surgimiento de medios tradicionales como la televisión, la cual alguna vez tuvo no más de tres opciones a elegir entre su programación. El público en casa se limitaba únicamente a ser un espectador, el cual era carente de opinión y acciones que pudieran interferir en la historia que salía de la caja chica (Rivera, Carrión y Córdova, 2016).

Los modelos de distribución y exhibición desarrollaron distintos esquemas de integración a más y nuevos mercados, sumándose a la urbanización y a los modelos de proliferación comercial en barrios o polígonos industriales por medio de cadenas multisalas de exhibición cinematográfica. A esto se le suman las plataformas en línea, las cuales permiten que cualquier usuario en cualquier lugar pueda acceder a una variedad de producciones audiovisuales que están alojadas en un repositorio virtual con bajo costo (Cattadi y Zambrano, 2008).

Lógicamente, la evolución de los medios tradicionales a los medios digitales no ha dejado de permear con su influencia en el consumidor, el cual ha ido evolucionando su nivel de participación en los contenidos a los que es

expuesto. Las narrativas que contaban con un esquema básico de comunicación que tenía un inicio (emisor) y un final (receptor), en un canal en el que se daba a conocer un mensaje, ahora resultan sobrepasadas por medio de las aplicaciones y software que facilitan que los medios puedan recibir las aportaciones de millones de usuarios, transformando las estructuras narrativas tradicionales en otras que permiten una difusión viral entre plataformas sin que se relacionen entre ellas (Tejada, 2007). El nacimiento de narrativas transmedia —transmedia *storytelling* de Henry Jenkins— han permitido que un relato sea desplegado mediante diversas plataformas gracias a la integración de los usuarios, los cuales fungen como un elemento activo que ayuda a construir y expandir la historia (Amar, 2010). De esa forma, campos de acción como la publicidad y la comunicación estratégica se han visto beneficiadas, al enriquecer las herramientas para compartir y más aún, desplegar un mensaje o una historia.

Actualmente, las campañas de comunicación y de promoción están fundamentadas en los distintos tipos de narrativas que han evolucionado con el tiempo, cada una aprovechando las bondades que la era digital ha traído consigo (Yepes, 2006). El mismo *software* de cada aplicación residente en el mundo virtual se encarga de complacer los gustos de un usuario y de establecer modos de predicción del comportamiento que van desde un catálogo de venta, un casino, las redes sociales más utilizadas en el mundo, como Facebook o Instagram, hasta la aplicación más popular a nivel mundial para escuchar música: Spotify.

Ante este escenario, la participación de los usuarios es inminente, haciendo más claro su rol como *storyteller* por naturaleza, “Históricamente, las imágenes comenzaron siendo públicas —en las superficies de las rocas o las paredes de las cuevas— y pasaron muchos milenios hasta que se produjo, en las teorías del Medio Oriente, el fenómeno de su apropiación privada” (Gubern, 1996, p.27). Los *storytellers* se han constituido como los mayores usuarios de los medios de comunicación para la exposición de sus ideas a los espectadores, desarrollando historias que terminan

siendo altamente aceptadas o incluso, críticamente censuradas (Rojo, 2006). Un ejemplo de este tipo de historias se puede encontrar en obras cinematográficas icónicas como *The Birth of a Nation*, calificado por muchos como un film racista, ya que incluía algunos visores del *black face* que Hollywood practicó en varias de sus producciones cinematográficas.

En cuanto al escenario virtual, el alto grado de participación de usuarios, limita la posibilidad de control que la industria de la comunicación puede tener sobre los contenidos, ya que el comportamiento y el gusto de cada usuario puede ser utilizado como un puente entre los desarrolladores de contenido y el resto de los consumidores (Costa, Rodríguez y López, 2015). Este empoderamiento de los usuarios como creadores de sus propias historias, lleva a que cada vez sea más usual encontrar plataformas de exposición subjetiva de ideologías, en las que un *blogger* o un *influencer* pueden plantear su visión del mundo como algo que sus seguidores deberían de entender y por ende, adoptar e incluso compartir. La posibilidad de exteriorizar los pensamientos y creencias de una persona en una plataforma de alto impacto, como lo es el Internet, ha permitido una democratización de la información que se puede recibir, consultar o compartir lo cual, aunque resulta ser algo positivo en un mundo tan globalizado como el actual, también puede dar pauta al fortalecimiento de formas de pensar que no necesariamente tienen un buen argumento o un respaldo ideológico políticamente correcto, como es el caso de las tendencias supremacistas.

Resulta interesante considerar que en pleno 2017 uno de los temas de mayor tendencia de estas multiplataformas sea el reposicionamiento de un discurso xenófobo, racista y violento. Justamente gracias a la facilidad para sumarse al ciberespacio es que cualquier usuario puede decir lo que quiera, en el momento que lo desee; pero si ese alguien es un personaje público, entonces acarreará consigo a todos sus seguidores, tejiendo una red de comunicación que voluntariamente o no, logra expandir el mensaje. El ejemplo más significativo es el de Donald Trump, ya que su interacción virtual

puede ejercer una influencia en más de 35 millones de seguidores en diferentes redes sociales, sin considerar siquiera las fuentes formales de información.

Como nunca antes el usuario se ha convertido en el mensaje, dejando al medio de McLuhan prácticamente en el olvido, o más bien, en el desgastado uso de los medios tradicionales (Sordé, Gounari y Macedo, 2009). Por si esto fuera poco, la ecuación se vuelve viral si después de un mensaje emitido por un personaje público, como Trump, se ejerce una labor de difusión a favor o en contra, que se siembra en una sociedad de Internet, la cual colabora en hacer fluir la información sin importar si esta es verdadera o falsa, ya que lo que impera es la necesidad de compartir algo.

Así, los usuarios viralizan situaciones políticas, económicas y sociales, teniendo muchas veces muy poca o nula información sobre lo que el tema realmente significa. Casos como el titular de Grupo Reforma que señalaba “supremacía blanca” haciendo alusión al poderío del equipo de fútbol Real Madrid terminó dando pauta a un sin número de comentarios alusivos a situaciones racistas que se estaban generando en dicho momento en Estados Unidos, haciendo que el error en sí mismo, se volviera en una noticia viral en las redes sociales, utilizando la red como ese “...tejido de nuestras vidas en este momento... medio de comunicación, de interacción y de organización social” (Castells, 2003, p.203).

De esta manera, el mar de información que proviene de los nuevos medios de comunicación, trae consigo un fluir de comentarios, sugerencias y observaciones que, en la mayoría de las ocasiones, son carentes de objetividad (Sánchez, 2006). Como ya se ha señalado anteriormente, esto abre pautas a que cualquiera pueda decir lo que quiera en el espacio virtual, teniendo siempre respuestas tanto a favor como en contra, sin embargo, en la red, lo importante es el potencial de viralización del contenido, no lo que este contenga. El usuario se ha convertido en el contenido, y el ser *influencer* va más allá del argumento, la objetividad y de lo correcto o incorrecto del mensaje.

Lamentablemente, con base en los sucesos relacionados con mensajes racistas, manifestaciones nacionalistas, así como, una clara política estadounidense que promueve la segregación y el rechazo a las diferencias, parece que la ideología supremacista tiene un gran auditorio virtual, y que aunque aún muchos de ellos lo consideran como contenido políticamente inapropiado, aun así, lo comparten, brindándole toda la potencialidad de volverse viral.

LA INFORMACIÓN Y SU IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE NUEVOS SISTEMAS DE CREENCIAS

“*Racism is as American as Baseball*”, esto es lo que se enunciaba en una pancarta que fue colgada en el mítico Fenway Park de Boston durante un partido de los Red Sox con Oakland Athletics (Mather, 2017). Curiosamente, aunque los manifestantes aseguraban que la idea de esta era rechazar el racismo en el *baseball*, la tendencia de los medios de comunicación fue contraria, ya que rápidamente muchos usuarios comenzaron a compartir imágenes de la situación, apoyando o rechazando de igual manera el mensaje.

Esto tiene relación con lo que anteriormente se ha señalado, ya que, aunque el contenido tenía una intención concreta, en los medios de participación electrónica la información se recibe, interpreta y distribuye a partir de lo que el usuario cree y no tanto de lo que el mensaje contiene. Por ende, un punto cardinal en la reflexión sobre el regreso de la ideología supremacista a los medios públicos, resulta de comprender si esto realmente se sustenta en mensajes de esta índole, y no en creencias gestadas dentro del marco de esta ideología.

La importancia de esta reflexión radica en el hecho de que los mensajes pueden tanto ser tendencias, como no importarle a nadie, lo cual no se da con la generación de creencias, ya que lo primero es una cuestión de contenido, y lo segundo, una situación de recepción e interpretación. Para poder comprender esto, es necesario que se profundice en la manera en que las creencias se constituyen, basándose para ello en una teoría de racionalidad del comportamiento.

Un teórico sumamente relevante para el abordaje de esta temática es sin duda Jon Elster (1999), quien considera que toda acción se constituye de elementos y líneas causales que determinan qué tan óptima o racional es una elección de actuar. Para este autor, el comportamiento y las decisiones de los agentes se relacionan claramente con las creencias, los deseos que constituyen y respaldan las escalas de preferencias (Elster, 1997). Desde este enfoque, todo comportamiento puede entenderse y explicarse a partir de estos dos factores o elementos: los deseos que mueven el actuar y las creencias que argumentan las decisiones.

De manera especial, las creencias se vuelven algo fundamental para comprender por qué una persona hace lo que hace, ya que según Elster, ninguna acción puede darse sin una decisión, y esta sin contar previamente con un proceso de elección. Así, no pueden gestarse acciones si no se tienen opciones entre las que se pueda ejercer una libre elección, las cuales se consideran alternativas óptimas y convenientes para la satisfacción de los deseos (Elster, 2010). Si las preferencias de actuación no se encuentran respaldadas por creencias adecuadas y bien estructuradas, lo óptimo de la acción puede verse perdido en un mar de incertidumbre (Vázquez, Campos y Torijano, 2017).

Para Elster, la efectividad de los actos para responder a los deseos que los motivan depende en gran medida de la racionalidad, congruencia y objetividad de las creencias, lo cual solo se obtiene cuando estas se encuentran debidamente argumentadas y fundamentadas (Arredondo y Vázquez, 2013).

De tal manera, con base en todo lo anterior, se puede decir que los medios por los cuales el agente recibe información pueden impactar claramente en lo que cree, por ende, en lo que decide hacer; ya que sus alternativas para alcanzar sus deseos son correspondientes a lo que considera le permite llegar a ellos de una manera más efectiva.

En el caso en concreto que aborda el presente artículo, la extendida información que los medios de comunicación parecen estar retomando sobre la ideología supremacista, llevan a que este tema retome un lugar entre

las tendencias de discusión de los usuarios, resultando en directrices informativas que cada vez más se encuentran en la titularidad de los medios impresos y virtuales. Esto hace que los lectores y espectadores jóvenes, quienes factiblemente no habían tenido un contacto con estos temas o que los concibieron durante su niñez y adolescencia, como nociones políticamente incorrectas, se aproximen a comportamientos de otros usuarios que consideran entre sus alternativas de actuación, elecciones y decisiones argumentadas en creencias racistas, supremacistas o discriminatorias. Aunque este contacto no necesariamente predispone al usuario a reaccionar de la misma manera, sí coloca a estas ideologías dentro de las alternativas, que seguramente hace 20 años ni siquiera se consideraban por resultar ofensivas, ilegales o socialmente inadecuadas (Lewgoy, 2006).

Si a esto se le suma una reacción ambigua y endeble por parte de las autoridades (Mathus, 2017) o incluso, una condena sacada a fuerzas por la sociedad (REUTERS, 2017), el rechazo puede ser cada vez menor, filtrándose poco a poco como una alternativa de pensamiento, que respaldada en gustos o en derechos a la individualidad y a la expresión, genere creencias tan aceptadas por los individuos como el seguimiento a una religión, un grupo social o una moda (Editorial, 2011).

Dentro de estos parámetros, se esperaría que todo agente buscara argumentar sus creencias lo mejor posible, con el ánimo de pretender acciones más racionales y objetivas, sin embargo, ¿qué tanto se puede confiar en la información que viene de medios informales como las redes sociales, los blogs u opiniones de *influencers*?, ¿qué tanta argumentación se espera que un joven tenga de sus creencias, cuando gran parte de la información que recibe le llega de la comunidad virtual de usuarios semejantes a él?, ¿cómo se puede tener claridad sobre los medios, cuando en los últimos años estos se encuentran plagados de *fake news*, filtros informativos, censuras y búsquedas basadas en tendencias? Lamentablemente, las respuestas no resultan alentadoras.

Aunque hacer señalamientos acerca del supremacismo en la época actual debería

resultar extraño, parece ser que se ha gestado una nueva oleada de este tipo de ideologías, las cuales aunque ya han cobrado varias vidas, parece que vendrán a constituirse, con el apoyo, promoción o conducto de los medios, en creencias que argumenten el comportamiento discriminatorio o racista de sus agentes, siendo así, una alternativa más dentro de la escala de preferencias entre las que los usuarios eligen.

REFLEXIÓN DE CIERRE. SUPREMACISMO, ¿UNA ALTERNATIVA DE EXPRESIÓN?

Con una masiva respuesta, la ciudadanía de Boston reaccionaron en contra del racismo, cuando un grupo de ultraderechistas pretendían manifestarse bajo ideales supremacistas. Lo interesante de esta noticia es que el origen de estas manifestaciones se daba a partir de la convocatoria por parte de varios grupos sociales en pro de la defensa de la libertad de expresión y la Primera Enmienda (Weiss, Suárez y Sánchez, 2017). Entonces, ¿acaso se puede tener el derecho a expresar un discurso de odio?

Como se ha reflexionado en el presente artículo, las ideologías supremacistas no son algo nuevo, sin embargo, los parámetros sobre las que actualmente se están gestando sí lo son. Redes sociales, activismo digital y viralización de información son las nuevas marchas con antorchas que estos grupos llevan a cabo con la intención de defender y promover su forma de pensar y ver el mundo. Aunque se podría señalar que una de las obligaciones de los medios es efectivamente brindar información de lo que sucede, también lo es el cuidar que el contenido se brinde objetiva y argumentadamente, evitando a toda costa el flujo de noticias y titulares confusos, ambiguos o tendenciosos (Casas, 2014).

De manera adicional, la bipolaridad política (Mathus, 2017) parece estar dando cabida a pensamientos extremistas que fomentan posibilidades que antes ni siquiera se consideraban y que ahora, con el respaldo o permisividad de la autoridad, traspasan cualquier filtro o barrera que contuvo aquello políticamente incorrecto o que violentaba la diversidad y los derechos humanos durante décadas.

Sin embargo, no se pretende que este artículo termine con una visión tan negativa del futuro o de los medios digitales. Corresponde a los usuarios, que ahora son los medios, retomar una postura firme ante los discursos de odio, evitando la viralización de información que no tenga los argumentos óptimos de lo que se comparte y promoviendo una necesaria formación digital de los jóvenes, quienes resultan ser también los más vulnerables ante estas ideologías (Gutiérrez y Tyner, 2012). Sin caer en una censura, se debe fomentar que existen temas que deben ser atendidos desde una postura de firme rechazo por violentar principios universales, sin dar pauta a ambigüedades e incertidumbre, ya que, aunque la autoridad es una parte del Estado, también lo son los ciudadanos (Espaliú, 2015).

Así, como lo señala el primer artículo de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, “todos hemos nacido libres e iguales”, sin hacer diferencias entre las razas, las edades o los sexos, pero tampoco entre los espacios reales o virtuales ni entre los medios o sus usuarios.

REFERENCIAS

- Almeyra, G. (2004). Tolerancia, racismo, fundamentalismo y nacionalismo. *Política y Cultura* (21), 7-19.
- Amar, V. (2010). La educación en medios digitales de comunicación. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación* (36), 115-124.
- Arredondo, F. G. y Vázquez, J. C. (2013). Un modelo de análisis racional para la toma de decisiones gerenciales desde una perspectiva elsteriana. *Revista Cuadernos de Administración*, *xxvi* (46), 107-133.
- BBC. (Agosto de 2017). ¿Qué pasó en Charlottesville, la ciudad donde se desató la violencia entre supremacistas blancos y manifestantes contrarios en Estados Unidos? *BBC Mundo*. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/media-40924085>.
- BBC2. (13 de agosto de 2017). *Ku Klux Klan, neonazis y Alt-right: ¿Cuales son los principales grupos de supremacía blanca de Estados Unidos y cuántos seguidores tienen?* *BBC Mundo*. Recuperado de <http://>

- www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-40917188
- Böttger, H. (2007). Mitos, prejuicios y discriminación: La supremacía de lo biológico. *Cuadernos de Neuropsicología*, 1 (3), 236-244.
- Casas, M. (2014). Ciudades inteligentes y ambientes de comunicación digital. *Global Media Journal*, 11(22), 1-20.
- Castells, M. (2003). Internet y la sociedad red. En D. de Moraes, *Por otra comunicación*. Rio de Janeiro, Brasil: Icaria-Oxfam.
- Cattadi, R. y Zambrano, N. (2008). Comunicación colaborativa: aspectos relevantes en la interacción humano-humano mediada por la tecnología digital. *Enlace: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 5(1), 47-63.
- Cisneros, I. (2001). Intolerancia cultural: racismo, nacionalismo, xenofobia. *Perfiles Latinoamericanos* (18), 177-189.
- Cohen, J. y Blanco, J. M. (Mayo de 2017). *Supremacismo Blanco*. Instituto Español de Estudios Estratégicos, España. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_investig/2017/DIEEEINV05-2017_Supremacismo_Blanco_JMBlanco-JessicaCohen.pdf
- Costa, C., Rodríguez, A. y López, X. (2015). Medios de comunicación móviles. *Prisma Social* (15), 387-414.
- Editorial. (2011). Libertad de expresión y ley contra el racismo. *Revista Boliviana de Derecho* (11), 3-4.
- Elster, J. (1997). *Estudios sobre la racionalidad*. Lectura pronunciada en la ceremonia en que se le concedía el título de Doctor Honoris Causa por la Universidad de Valencia, Valencia, España.
- Elster, J. (1999). *Juicios Salomonicos*. Barcelona, España: Gedisa.
- Elster, J. (2010). *La explicación del comportamiento social: mas tuercas y tornillos para las ciencias sociales*. Barcelona, España: Gedisa.
- Espaliú, C. (2015). La relevancia de los medios digitales en la iniciativa ciudadana Europea. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política* (21), 1-10.
- Flecha, R. (2001). Racismo moderno y post-moderno en Europa: Enfoque dialógico y pedagogías antirracistas. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (94), 79-103.
- Goulard, H. (19 de Julio de 2016). Germany's AntiIslamic Pegida Movement launches political party. *Político*. Recuperado de <http://www.politico.eu/article/germans-anti-islam-pegida-movement-launches-political-party/>.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona, España: Anagrama.
- Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar* (38), 31-39.
- Illicachi, J. (2015). Racismo, neoracismo y educación. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas* (22), 95-115.
- Kipling, R. (1997). *Fordham University*. Modern History Sourcebook. Recuperado de <https://sourcebooks.fordham.edu/halsall/mod/kipling.asp>
- Knauth, L. (2000). Los procesos del racismo. *Desacatos* (4), 1-14.
- Lepe, P. (2014). Racismo Filosófico, el concepto de "raza" en Immanuel Kant. *Filosofía Unisinos*, 15(1), 67-83.
- Lewgoy, B. (2006). Do racismo clássico ao neoracismo politicamente correto: a persistência de um erro. *História, Ciências, Saude - Manginhos*, 13 (2), 519-522.
- Mather, V. (14 de agosto de 2017). Racism is as American as baseball Banner Unfurled at Fenway Park. *New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2017/09/14/sports/baseball/boston-red-sox-fenway-park-racism.html>.
- Mathus, R. (14 de agosto de 2017). Se multiplican las criticas a Trump por evitar condenar al supremacismo blanco. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/2052797-se-multiplican-las-critic-as-a-trump-por-evitar-condenar-al-supremacismo-blanco>.
- Mignolo, W. (2000). *Diferencia Colonial y Razón Postoccidental*. En *La reestructuración de las Ciencias Sociales en*

- América Latina*. Santa Fé de Bogotá, Colombia: Centro Editorial Javeriano.
- París, M. (2002). Estudios sobre el racismo en América Latina. *Política y Cultura* (17), 289-310.
- Pascale, P. (2010). Nuevas formas de racismo: Estado de la cuestión en la psicología social del prejuicio. *Ciencias Psicológicas*, IV (1), 57-69.
- Ponce, F. (31 de Agosto de 2017). El girlpower de Malala. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2017/08/31/girlpower-malala>.
- Quesada, R. (1999). "La carga del hombre blanco": Rudyard Kipling y el Imperialismo Británico 1850-1920. *Perspectivas. Revista de Investigación, Teoría y Didáctica de los Estudios Sociales*, 2(1), 71-84.
- REUTERS. (13 de septiembre de 2017). Congreso de EU acorrala a Trump para que condene supremacismo. *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/global/2017/09/13/1188064>.
- Rivera, D., Carrión, G. y Córdova, J. (2016). Aporte de los usuarios en la construcción de contenidos digitales en los principales medios de comunicación de la Comunidad Andina. *Revista Latina de Comunicación Social* (71), 1131-1150.
- Rivera, F. (2000). Las aristas del racismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, VI (1), 9-33.
- Rojo, P. (2006). Una década de profundas convulsiones en los medios: La revolución digital de los años noventa y la transformación de los modelos de negocio en los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, 11 (50).
- Sánchez, A. (2006). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* (17), 1-18.
- Sarabia, B. (2017). La carga del hombre blanco. *ElCultural.com*. Recuperado de <http://www.elcultural.com/revista/letras/La-carga-del-hombre-blanco/37626>
- Sordé, T., Gounari, P. y Macedo, D. (2009). Avanza la crisis y el racismo: Respuestas desde abajo. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 10 (3), 198-217.
- Tejada, J. (2007). Primer avance de investigación-artículo de revisión. Comunicación digital: nuevos medios, nuevos retos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* (22), 1-15.
- Tickell, P. (Dirección). (2007). *Racism A History – The Color of Money*. [Película].
- Torres, H., O'Conor, A., Mejía, C., Camacho, Y. y Long, A. (2011). The American Dream: Racism towards Latino/as in the U.S. and the experience of trauma symptoms. *Interamerican Journal of Psychology*, 45 (3), 363-368.
- UNIVISIÓN. (26 de febrero de 2016). Ex líder del Ku Klux Klan pide apoyar a Donald Trump. *Univisión Noticias*. Recuperado de <http://www.univision.com/noticias/destino-2016/ex-lider-del-ku-klux-klan-pide-apoyar-a-donald-trump>
- Vázquez, J. C., Campos, C. F. y Torijano, O. (2017). Aproximación interdisciplinaria a las reminiscencias del discurso de castas colonial en México. *Revista de El Colegio de San Luis*, VII (13), 202-221.
- Wade, P. (2011). Multiculturalismo y racismo. *Revista Colombiana de Antropología*, 47 (2), 15-35.
- Weiss, J., Suárez, E. y Sánchez, M. (19 de Agosto de 2017). La masiva respuesta de Boston contra el racismo apaga la manifestación de la ultraderecha. *Univisión Noticias*. Recuperado de <http://www.univision.com/noticias/incidentes-de-odio/la-masiva-respuesta-de-boston-contrael-racismo-apaga-la-manifestacion-de-la-ultraderecha>.
- Yepes, J. (2006). Apuntes sobre comunicación digital. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* (19), 1-14.

Fecha de ingreso: 26/09/2017

Fecha de aprobación: 21/12/2017

