

Política, racismo y redes sociodigitales. Un caso en las elecciones presidenciales mexicanas en el 2018

Rogelio Del Prado Flores *

Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán **

Rebeca Illiana Arévalo Martínez ***

Resumen

Se documenta una aproximación a la presencia, impactos, usos, abusos y amenazas de las redes sociodigitales en México en la segunda década del siglo XXI en un contexto social posmoderno y neoliberal, tratando de ver algunas de sus repercusiones. Se focaliza el caso de Los prietos que no aprietan en la campaña electoral presidencial del 2018. Se analiza la presencia de lo político y su impacto en las redes sociales bajo la mirada de los jóvenes mexicanos a través de un detonador como lo es el racismo. Se estudia la doble relación de significados que históricamente se han tenido para algunos términos que son usados para definir, calificar o descalificar, a determinados segmentos sociales a través sus usos políticos.

Palabras clave

Comunicación, elecciones, digital, discriminación, democracia, racismo.

Fecha de recepción:
agosto 2018

Fecha de aceptación:
diciembre 2018

* Profesor Investigador de la Facultad de Comunicación, Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, de la Universidad Anáhuac México. Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. rogelio.delprado2@anahuac.mx

** Profesor Investigador de la Facultad de Comunicación, Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, de la Universidad Anáhuac México. Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. rramirez@anahuac.mx

***Profesora Investigadora de la Facultad de Comunicación, Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, de la Universidad Anáhuac México. Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. rebeca.arevalo@anahuac.mx

Politics, racism and sociodigital networks. A case in the Mexican presidential elections in 2018

Key words

Communication, elections, digital, discrimination, democracy, racism.

Final submission:
August 2018

Acceptance:
December 2018

Abstract:

An approach to the presence, impacts, uses, abuses and threats of socio-digital networks in Mexico in the second decade of the 21st century is documented in a postmodern and neoliberal social context, trying to see some of its repercussions. The case of “Los prietos que no aprietan” is focused on the presidential election campaign, 2018. The presence of the political and its impact on social networks is analyzed under the gaze of young Mexicans through a detonator such as racism. We study the double relation of meanings that historically have been had for some terms that are used to define, qualify or disqualify certain social segments through their political uses.

Introducción

El presente estudio analiza las estructuras de la comunicación digital desde la preocupación por el racismo y sus implicaciones políticas. El objetivo es contestar dudas como: ¿está el racismo presente como problema en las redes sociales digitales? ¿Cómo se ha transformado la comprensión del racismo desde las redes sociodigitales? ¿Cuáles son los impactos políticos del racismo en las redes sociodigitales? La pregunta de fondo es: ¿cómo se está estructurando la participación ciudadana bajo el dominio de la videoesfera y un mundo interconectado como un contrapeso al racismo?

Las prácticas del racismo en México son ancestrales. En la época de la Colonia se reproducía la idea de que el indígena era un menor de edad al que había que segregar de los ámbitos económicos, culturales y políticos por su propio bien (Gall, 2001, p. 91). La violencia cultural, la discriminación y la exclusión *del otro* son problemáticas que se empezaron a discutir cuando se plateó

la necesidad de que México ingresara a la modernidad. Los argumentos que se plasmaron en los documentos constitucionales a partir de 1810 y hasta el triunfo de la República en 1867 responden a diversas concepciones políticas y filosóficas (Carpizo; Villanueva, 2001, p. 77). La guerra de Independencia de México así como la guerra civil de la segunda década del siglo XX, constituyen importantes episodios políticos que llevaron al constituyente a establecer garantías individuales en la Carta Magna para todos los mexicanos. La época de la posrevolución tenía como objetivo “forjar patria” dado que la realidad social estaba marcada por una multiculturalidad y una realidad multiétnica (Gamio, 1960), lo cual se convertía en un desafío teórico para construir una nación con instituciones que otorgaran los mismos derechos humanos

La polisemia que encierra la noción de racismo tiene un soporte en la gran diversidad cultural y racial de la nación mexicana; la gran preocupación sigue siendo entender las causas que generan la división entre lo propio y lo extraño entre los grupos sociales nacionales. Como se sabe, las nociones de raza, clase y cultura se entrecruzan conformando complejas representaciones sociales que dan lugar a ideologías cuyos efectos van naturalizado las divisiones, las desigualdades que han desatado un encadenamiento de conflictos. Estos conflictos sociales se han modificando en la historia a partir de la actuación del Estado y dependiendo de las regiones de la nación (Sánchez, 2006, p. 208)

En la actualidad las redes sociales digitales han abierto una bifurcación en dos frentes de discusión, por un lado, la posibilidad de crear escenarios de participación más incluyentes, como procesos democráticos. Por otro lado, se advierte el encadenamiento de simulacros a partir de una comunicación simple, banal, sin trascendencia e inmediatez. Las tormentas de indignaciones son contingentes, cortas y anárquicas. Es necesario replantear las nociones de integración y participación en el ámbito de la comunicación digital para conceptualizar una teoría de la comunicación que permita fundamentar una epistemología entre lo real y lo virtual que nos sirva como mecanismo en contra del racismo, la exclusión y la violencia en contra del otro.

De tal forma que nuestro análisis está dividido en cinco partes. En la primera abordamos el escenario de la comunicación digital en la que nos aproximamos a los argumentos de sus detractores y defensores optimistas en lo relativo a la participación y el simulacro. En segundo lugar, hacemos un análisis del racismo, la exclusión y la violencia en contra del otro. En el tercer apartado titulado: Política, Racismo y Redes sociodigitales, presentamos un caso reciente sobre expresiones de racismo en las elecciones presidenciales del 2018 en México. En cuarto lugar se realiza una aproximación empírica al significado del término “Prieto”. En el quinto punto se analizan los *tweets* posteriores al caso estudiado. En sexto lugar se concentran los resultados empíricos y las discusiones e incertidumbres que se derivan del tema abordado en este trabajo. Se concluye con reflexiones.

I El escenario de la comunicación digital: participación y simulacro

¿Sacrificarías la vida por la realidad?
Juan José Millas

El “universo digital” es una metáfora con ya cierto recorrido teórico; lo que indica es el predominio de la imagen sobre la gramática.¹ La idea de una *aldea global* de McLuhan (1996) nos remite a los efectos espaciales de la tecnología en materia de comunicaciones, describe una cultura mundial en la que se subsumen todas las culturas particulares debido a que utilizamos los mismos medios de comunicación, sin embargo, no deja de ser una metáfora que alude a la anulación creciente de la pluralidad de visiones comprensivas. La idea de una aldea global hace referencia a la acelerada reducción del espacio público atribuible a los resortes del capitalismo financiero, el cual se ha impuesto sin que existan otros competidores. En cambio, la noción de universo digital es todavía más compleja. Haciendo alusión a Jacques Derrida, se trata de

¹ No entramos en esta primera distinción, en como la imagen se ha ido constituyendo en una forma de lenguaje, solo establecemos que en esto se ha avanzado.

una nueva *videogramática*. En efecto, si el *logos* griego dio origen al dominio de la *gramatología*, ahora, se puede demostrar el encadenamiento mundial entre imágenes a partir de pantallas planas. Se trata de una diseminación, cuando no de una dispersión de significantes liberados del significado (Derrida, 1971). La imagen en el mundo dominado por el mercado, es también una mercancía. Esta *videogramática* es sintomática de una fenomenología de los excesos, de una cultura de la intromisión, de lo invasivo. El exceso de pantallas provoca una falta de respeto permanente, una ofensiva duda sobre el otro. La deconstrucción de las distancias espaciales está vinculada con la pulverización de las distancias mentales. “La falta de distancia conduce a que lo público y lo privado se mezclen. La comunicación digital fomenta esta exposición de pornográfica de la intimidad y de la esfera privada” (Byun-Chul, 2014, p. 14). Byun-Chul Han denomina a la comunicación digital como una *shitstorm*, dado que su fuerza radica en el anonimato, en su desvinculación con el nombre, con la firma y la responsabilidad. El medio digital propicia la separación del mensaje del emisor, con esto, la deconstrucción de la cultura del nombre propio. “Lo digital es información pura, es un medio sin mensaje, porque el mensaje del medio digital es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos” (McLuhan, 1996, p.30). Lo digital colabora, sutil y profundamente, con otro eslabón a la transformación de la especie humana, “porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos” (McLuhan, 1996, p. 30).

Las iconografías digitales diseminan el binomio entre significante y significado, entre contextos y referentes, entre textos e interpretaciones; una nueva deconstrucción está en marcha, que representa la ruptura entre imagen y los viejos criterios de lo estético, el ser y la episteme (Derrida, 1971). La virtualidad de la comunicación digital, se representa a sí mismo, aunque solo sea por un espacio y tiempo limitado: “¿dónde estás?” es la primera pregunta que uno le formula al otro (Ferraris, 2010, p. 59).

Por lo menos existen dos enfoques que dominan las reflexiones sobre los efectos del universo digital. El más común es la versión

optimista, romántica de los beneficios de las nuevas tecnologías de la información. El principal argumento es la democratización del acceso a la información. Que los contenidos estén disponibles para todo aquel que tenga una conexión a Internet, esto beneficiaría a la economía, a la sociedad, a la cultura, a la educación y a la misma democracia (Lipovetsky, 2012).

La otra visión, en el otro extremo opuesto, es una perspectiva crítica: si el mundo se ha constituido por la necesidad de demostrar lo verdadero, ahora, bajo el dominio de *la red de redes* lo que importa es lo que se encuentra el Internet del mundo y de las cosas. Pero dada la cantidad de información, el sujeto se encuentra desarmado para hacer un contraste entre información virtual y lo real. Más desamparado y solo ante la inmensa fuerza que representan estas nuevas fuerzas monopolíticas. Solo ante una cantidad inmensa de información que está a otra escala de su tiempo y existencia, aunque aparezca en su mano en forma de teléfono inteligente.

Jean Baudrillard señalaba al inicio del milenio: “La potencia de lo virtual sólo es, precisamente, virtual.” (2000, p. 74). La referencia era violencia simbólica de los medios de información masivos, sin embargo, su diagnóstico apuntaba a lo que estaba por desplegarse dentro de la comunicación digital como el desierto de lo real, la castración simbólica: “la ficción estructura nuestra realidad (Žižek, 2008, p. 42).

El caso de la *realidad virtual* es algo singular. El diccionario describe tres acepciones diferentes: “1. Que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de presente. 2. Implícito, tácito. 3. Que tiene existencia aparente y no real.” (RAE, 2001). En la entrada al término existe la opción de consultar el significado de *realidad virtual*, y en esta acepción el diccionario dice: “Representación de escenas o imágenes de objetos producida por un sistema informático, que da la sensación de su existencia real.” (RAE, 2001). Las imágenes -sus fenómenos, sus espectros-, dan la sensación de poseer una existencia real, como si lo real estuviera más allá de nuestros criterios epistémicos. Lo virtual tiene que ver con la virtud –el poder de producir un efecto diferido y la apariencia– y con la sensación de existencia real. No hay distinción

posible entre apariencia y realidad, sino que el universo virtual va creciendo de manera exponencial. Gracias a la aceleración de una economía de lo virtual, los problemas epistémicos quedan traducidos a problemas de comunicación, sobre todo de conexión de los afectos. La conexión es diferente a la relación. La conexión se reduce a problemas técnicos. La suspensión de la relación por causa de la comunicación digital implica pensar que la conectividad es la solución a los problemas sociales: a la soledad, a la movilidad, al miedo, a la ignorancia, a la recreación, entre otras problemáticas.

En nuestros días el *homo digitalis* no se cuestiona la posibilidad de una vida sin conexión a Internet: Lo cotidiano se asemeja a una realización dentro de un satélite orbital, se trata de la puesta en órbita de la esfera privada, el éxtasis de la comunicación, una sobreexposición que lleva a la transparencia del mundo (Baudrillard, 1988). Se construye una subjetividad *-homo digitalis-* con posibilidades que ofrece el universo digital, que lo hace sentirse pleno de poder por primera vez en la historia, que supera límites espaciales y temporales con un *click*. El *homo digitalis* se caracteriza por preferir la comunicación digital por encima de cualquier otro medio, incluso, le hace más caso al móvil que a una persona que está enfrente. Su vida está rodeada de pantallas. La subjetividad del *homo digitalis* corre el riesgo de adquirir la fisonomía de la comunicación digital: superficies planas, funcionales, como lugar de gestión, poder de regulación. La digitalización de las relaciones humanas lleva implícita la lógica de la conducción, es decir, la lógica de los vectores. En el universo virtual no hay asimetrías, acontece una reducción de la masa crítica.

El mundo digital produce la sensación de cercanía con todo, es decir, que “dentro” del Internet todo está a la mano, todo queda transparente, desnudo de cualquier misterio, es lo que Baudrillard (2000) llama hiperrealidad, y que Byun-Chul Han (2013) denomina como la *Sociedad de la transparencia*, en la que la distancia necesaria para una relación respetuosa con el otro y con el mundo queda minada. Asistimos a una economía virtual, a una educación virtual, trabajo virtual y ocio virtual. El mundo de las redes sociales digitales genera la adicción a la dopamina. Las redes socia-

les nos han educado como gratificar y aceptar ser gratificados con signos entendibles por todos. El desafío de la comunicación digital consiste en la necesidad que tiene el hombre de considerar a lo virtual como acontecimiento de lo real. Una predisposición social a moverse en el universo digital. El reto reside proveer de sentido a lo digital, se trata de superar el empleo *miope* del Internet. La miopía se explica a partir de la abolición de las distancias mentales y el encogimiento absoluto del tiempo. Interacción digital que no respeta jornadas laborales, convenciones sociales u horas de descanso, también ha sido dislocado por esa otra realidad que hora comienza a gobernar. Las transformaciones se empiezan a vislumbrar: “Lo que entrevemos ya no es sólo el desierto del territorio, sino el desierto de lo social, el desierto del trabajo, el desierto del cuerpo que la información irá engendrando por su propia concentración” (Baudrillard, 2000, p. 72).

Asistimos a nuevas fisonomías que se adaptan lentamente a los dispositivos inteligentes. La sensación humana de libertad también se ha vuelto paradójica: actividades simultaneas y múltiples también nos ha encadenado, la capacidad de operar gracias a múltiples aplicaciones nos vuelve esclavos de empresas globales que nos ubican y nos ofrecen servicios gracias a potentes ordenadores de información con nombre como de comida rápida, Big-data. Sin embargo, al mismo tiempo, el deseo de mostrar la existencia disociada del nombre propio. Se trata del problema del anonimato que afirma el existir sin nombre propio. *Tweets* que proceden de un robot, o bien, de alguien que le da lo mismo poner en su perfil la figura de un huevo. “¡Existo! Y al mismo tiempo: ‘No tengo nombre, no tengo sentido, no quiero decir nada’. Necesidad de hablar cuando no hay nada que decir” (Baudrillard, 1988, p.26).

La imagen tiende a ser cada vez más una mercancía, en una sociedad en que el valor de uso y el valor de cambio lo determinan todo (Marx, 2001, p. 15). En una sociedad actual en que la cultura, la información, la ciencia y la mentira son también mercancías. También el *otro* (ese otro que ya no es real, pero trata de narrarlo y usarlo) tiene el valor de mercancía, valor de uso, de cambio; el otro aparece en una interfaz sin trascendencia. Con la invasión de

las redes digitales en la cultura ya nada es auténticamente social, cuando todo es social, de pronto ya nada lo es. “Hoy ni escena ni espejo, sino pantalla y red” (Baudrillard, 1988, p. 9). Así, en la red digital el valor de consumo y de la mercancía teje y focalizan las nuevas *relaciones* virtuales. El problema está en la *transitorización* del entorno y del tiempo; *convivencia* reducida a una *encefalización electrónica*, que no da lugar ni tiempo para una escenificación trágica de la vida. Lo digital, entre tantas opciones, tiene el poder obsceno de comunicar todos los ámbitos secretos de las *relaciones* humanas. En lugar de crítica, ecología del medio; el medio ofrece, dicta, propone los estilos de conducción: lógica de vectores en la urbe digital.

Está por discutirse si la estructura de las redes sociodigitales puede ser objeto de un juicio moral; en cambio, lo que sí es posible hacer es el examen de los usos y los efectos que éstos provocan en las relaciones entre ciudadanos y autoridades políticas. Las redes sociodigitales permiten nuevas acciones políticas desafiantes para la democracia y sus institucionales, dado que son fruto de identidades digitales que oscilan entre lo simbólico, la ficción y lo real. Como señala Pierre Bourdieu, lo político implica actos simbólicos que persiguen el propósito de construir el orden democrático, en cambio la ficción en lo político obedece a una racionalidad cínica que persigue el poder por ambición. Platón, por ejemplo, estableció que la responsabilidad política está en asumir no solo las consecuencias directas de los actos, sino en el tipo de sociedad que se promueve. La responsabilidad individual es insustituible e intransferible en el ámbito moral y político.

Más allá de las diferentes modalidades de uso de las redes sociodigitales y sus repercusiones en los cambios de estilos de vida, no justifican el cinismo político. Según el Diccionario de la Real Academia Española una acepción de cinismo es la desvergüenza al mentir, que va de la mano con la imprudencia y la obscenidad descarada. El cinismo político conjuga la estrategia con la inmoralidad. De este modo, una racionalidad cínica sería una estrategia para la elaboración y difusión de ficciones para perseguir o mantener el poder, correlacionada con la manipulación de datos, con

mentiras, chantajes, fraudes, acosos, etcétera. Como señala Michel Foucault, el poder circula, dado que no es una cosa ni es una propiedad, sino un conjunto de acciones que buscan no perder el poder. Entendida la racionalidad cínica como persecución inmoral del poder, las redes sociodigitales se convierten en una herramienta de comunicación que puede ocultar la identidad. Las redes son propicias para evitar el desprestigio y la mala reputación al possibilitarse el anonimato, otra de las caras de la racionalidad cínica.

Una de las bases de esta inmoralidad radica en la posibilidad de seleccionar a los contactos, destinatarios y receptores para fines de “guerra de comunicación política”. La selección comunicativa, esto es, cerrar las vías de comunicación, conlleva el desprecio como modalidad del clasismo y de un *racismo digital*. Como veremos más adelante, el *racismo digital* deriva de la racionalidad cínica y extrapola los problemas sociales con otras coordenadas, como es el deseo de producir una comunicación viral, es decir, de alto impacto, que como se decía, utilizan el anonimato, los “juegos de identidad”.

La crítica a la comunicación digital, la crítica a la racionalidad cínica, la crítica a la forma de ser del *homo digitalis*, nos lleva a revisar dentro de la cultura occidental, aquellas categorías que operan de forma invisible en el desprecio del otro. Se trata de examinar las nuevas formas del racismo. Sin esta previsión, la ingenuidad nos acabará cobrando la factura de la deshumanización de la ecología digital como universo digital.

Proponemos revisar la lógica de las interacciones sociodigitales que actúan como vectores entre lo real y lo virtual.

II México y el racismo: lo latente y lo manifiesto

“El racismo ha sido invisibilizado durante años con el discurso de que México es una sociedad mestiza” (Castellanos, 2014). Ahora bien, los problemas sociales se traducen en problemas de comunicación (Baudrillard, 2000). La comunicación digital es una tormenta inmoral porque se asienta sobre el eje del anonimato-vehículo de selección de contactos-, empobrecimiento de las relaciones. Saca a flote el desprecio por el otro. Roger Bartra (2017), señala que hay un racismo transversal en México que se manifiesta:

“Hasta en los sectores más pobres, incluso entre indígenas; es dramático, cuando tienen un hijo más blanquito creen que es mejor. El desprecio a lo indígena es generalizado y antiquísimo” (citado por Reina, 2017, párr. 4). El racismo guarda relación con el clasismo promovido por los medios masivos de comunicación y la publicidad que generalmente siguen los patrones estéticos eurocéntricos (Jerade, 2011). Dado que la publicidad es una herramienta de comunicación que combina numerosas dimensiones alrededor del objeto o del servicio ofertado, aumenta el deseo de que la estética publicitaria refleje aspectos de nobleza (Matterlard, 2000).

En México hay una obsesión por “mejorar la raza” (Navarrete, 2016, p. 70). Este sentimiento demuestra una ironía social que combina amor y resentimiento a la historia nacional. Se trata de la ambivalencia de la que habla Santiago Ramírez: la duplicidad de sentimientos que tiene el mexicano ante lo indígena, lo español, lo estadounidense, etc. Tal vez por esa doble valoración, como lo asegura Judith Bautista (citada por Reina, 2017), el racismo y el clasismo (en México sea) sean sutiles. Como se decía al principio, el trato hacia el indígena tiene mucho de paternalista y de tutela, el cual implica la segregación de los ámbitos económicos, sociales y políticos, alegando un supuesto beneficio (Gall, 2001, p. 91).

La paradoja social es que en un país de dominancia poblacional mestiza, una de las tendencias, por lo menos en el imaginario social, se puede definir como un camino de blanqueamiento social, e intentar pertenecer a los *güeros*; se puede observar cómo la ciudadanía invierte grandes recursos en ropa fina y cosméticos, para simular pertenecer a clases sociales supuestamente más cultas o elevadas económicamente, como lo maneja los dictados estéticos de cierta publicidad. “El simple hecho de vestir ‘elegante’ y a la ‘moda’ ya tiene un efecto blanqueador y puede convertir al moreno en ‘güero’ o al menos en aspirante a tal. Esta es la premisa esencial del racismo ‘aspiracional’ de la publicidad” (Navarrete, 2016, p. 71). El prejuicio de los publicistas sostiene que los consumidores no quieren ver a mujeres morenas (Navarrete, 2016, p. 64). Mónica del Carmen (2017) señala que, entre iguales, se trata de ser más que el otro a partir de la estetización de la raza: “aunque seas igual

de moreno, si ya tienes un tono de piel más claro o los ojos más cafés y menos negros, buscas ser menos indígena, un poquito menos indio, un poquito menos feo” (citada por Reina, 2017, párr. 14). El desprecio y el odio racial que provienen de una supuesta superioridad étnica y cultura son manifestaciones y síntomas de los complejos coloniales que aún persisten (Menchú, 2000). (En México está documentado que el mero color de la piel no es tan determinante de la discriminación como lo son los rasgos indígenas/no indígenas, recomendaría una reflexión al respecto).

Mauricio Tenorio ha documentado cómo se fue construyendo un imaginario de México en los intelectuales de Estados Unidos, que el nombra como Atlántida Morena (Tenorio, 2009), descripciones en las que abunda frases como “una raza de flojos, gente aparentemente sumisa, pero en realidad traidora” (Tenorio, 2009, pág.160). El mexicano se encuentra empujado a demostrar su blancura, lo cual se puede demostrar por la exageración de las diferencias físicas y sociales, se trata de separarse de los que “son menos blancos que nosotros” (Navarrete, 2016, p. 70). El paisaje social está definido por la gradación de los colores de piel, se trata de una escala desigual, la diferencia de aspecto físico conlleva juzgar y clasificar a las mujeres y hombres” (Navarrete, 2016, p. 68). Las representaciones e imágenes que persisten y que generan desigualdades sociales son una herencia del colonialismo, en las que se relaciona racismo y clasismo. En México también existe un racismo social cromático que identifica a “los ‘güeros’ con la belleza, el privilegio y el éxito, y de los ‘morenos’ con lo contrario, así como la invisibilidad de los africanos, los chinos y otros grupos que ni siquiera se consideran parte de nuestra raza mestiza.” (Navarrete, 2016, p. 68). Este racismo cromático está asociados a sentimientos y prácticas de una “cauda de frivolidad y prejuicios, de deseo y rechazo, de ofensas y envidias, de orgullos y de desprecios, de sufrimiento y resentimiento” (Navarrete, 2016, p. 68).

El racismo en México permanece desde tiempo de la colonia como un fenómeno social contradictorio e inmutable a: religiones e ideologías; conquistas, guerras de independencia y revoluciones; a transiciones y partidos; a tradiciones y modernidades; a movimientos armados y civiles; al analfabetismo y la educación, a

inclusiones y cuotas; a multiculturalismo e incorporación de saberes; a políticas públicas y de responsabilidad social; a derecho constitucional y a discursos de justicia social. El racismo en México es una constante, que no se quiere hacer notar o aceptar o incluso que duele cuando se habla de ello o se reconoce. Adquiere formas de chiste, broma, mote o cuando se vuelve ira es adjetivo o descalificación. Pero siempre es exclusión y con frecuencia olvido.

Desde tiempos de la Colonia, los 'criollos' mexicanos ricos, a veces ya 'manchados' con algunas gotas de sangre indígena y negra, buscaban españolas y españoles recién bajados del barco para 'limpiar' su estirpe (Navarrete, 2016, p. 72).

Fabrizio Mejía Madrid (2018) es todavía más penetrante y perspicaz al señalar que: "El 'prieto' en la cultura nacional es el mestizo a cuya pigmentación se atribuyen, indolencias, ignorancias, rencores atávicos y sentimientos a flor de piel" (p. 49). El mismo Mejía Madrid observa, por lo tanto, en el término prieto una honda raíz histórica, que nos remite al pasado colonial, época en la que surgen las castas y la asignación de graves prejuicios o descalificaciones por el físico o las costumbres, calificando por el color de la piel a los próximos a indígenas y negros de chusma, peladaje, bestias, ignorantes, apáticos, flojos, sin escrúpulos para la traición, perezosos, inertes de una naturaleza hipócrita, avara y taimada. Es este origen virreinal el que comienza a determinar una inevitable mirada racial en la población mexicana, marcada en forma dolorosa por el dominio español y luego criollo en México y otras partes de América Latina. Esta mirada racial naturaleza la desigualdad social y económica, se "vuelve aún más inamovible nuestro paisaje social racista, el que los más blancos ocupan la posición superior, y lo hacen parecer más natural, más incuestionable" (Navarrete, 2016, p. 72). La estructura histórica racial de México sostiene a la publicidad:

En nuestro país solo los rostros 'blancos' y los rasgos 'europeos' se asocian con las situaciones idealizadas, con la dama, con son los estatus sociales 'superiores' y las bellezas deseables,

es decir, solos los güeros son ‘aspiracionales’. A los morenos en cambio toca la dura realidad de la pobreza y la marginación, la infamia, la fealdad y los lugares prosaicos.” (Navarrete, 2016, pp. 59-60)

No es fortuito que la presencia del racismo no escapa a muchos de los nuevos escenarios de identidad social como lo es la publicidad. La campaña del jabón de tocador Rexona es un ejemplo, una de las estaciones del metro con mayor cantidad de usuarios es la de Indios Verdes que recibe diariamente a millones de personas: “Para que el metro no huela a Indios Verdes, ponte Rexona” (Flores, 2004, p. 1).

III Política, Racismo y Redes sociodigitales: Un caso reciente en México

El primero de julio del 2018 se realizaron elecciones presidenciales en México. Con independencia de la complejidad que implicó este proceso democrático en sí mismo (por lo que estuvo en juego dado el descontento social, en la contienda electoral), en el proceso electoral hubo tres coaliciones de partidos políticos en la disputa por la Presidencia de la República: el Partido oficial *Revolucionario Institucional* (PRI), aliado al *Nueva Alianza* (derivado del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación) y al *Partido Verde* que postulan a José Antonio Meade; por otro lado está la alianza de un partido tradicionalmente de oposición y derecha *Acción Nacional* y otro de centro izquierda de la *Revolución Democrática* con el de *Movimiento Ciudadano*, que a veces había participado con la izquierda, estas tres fuerzas postularon a Ricardo Anaya; y, la alianza de *Morena* con el *Partido del Trabajo* y con el partido *Encuentro Ciudadano*, aquellos de izquierda y el otro de derecha que postularon a Andrés Manuel López Obrador, que por tercera vez buscaba la presidencia de México. Además, hubo dos candidatos independientes: Margarita Zavala, Jaime Rodríguez, que abandonaron sus partidos políticos por inconformidad con los dirigentes y que también aspiraban a la presidencia de México.

Es el mes de febrero 2018, en el marco de la llamada pre-campaña (proceso interno de designación de los candidatos), cuando algunas encuestas nacionales publicadas en los principales medios periodísticos de circulación nacional (*El Reforma*, *El Financiero*, *El Universal*, etc.) señalaban que estaba al frente de las preferencias Andrés Manuel López Obrador y en segundo lugar ubicaban a Ricardo Anaya, mientras que el candidato del oficialismo estaba colocado en tercer lugar, viene entonces la declaración pública del Presidente del Partido Revolucionario Institucional en el estado de Villahermosa, Tabasco, que algunos leyeron como una acción desesperada.

El 10 de febrero de 2018, el líder nacional del PRI, Enrique Ochoa Reza, comparte un video en la red social *Twitter* el que se le ve diciendo “prietos de Morena que ya no aprietan» al referirse a los priístas que han saltado del PRI a Morena” (partido que postula a López Obrador), dice textualmente el mensaje: «*A los prietos de #Morena les vamos a demostrar que son prietos pero ya no aprietan*» (Miranda, 2018)

La frase del presidente del partido en el poder refleja varias dimensiones en materia de comunicación social y política (que salen a luz y quizá sin ser la intención del autor de la frase). 1. Al ligarse la palabra “prietos” con el acrónimo (Morena) del Movimiento de Regeneración Nacional, está enfatizando un doble significado social que implícitamente lleva el término Morena. El más evidente es la alusión al color de piel de muchos mexicanos, que posiblemente se sientan más representados por el término Morena. Esto nos lleva a pensar que al denominar Morena a un movimiento político se busca generar vínculos entre la población. Bajo este enfoque, la frase los “prietos de Morena” es una expresión claramente despectiva, peyorativa, ofensiva para los seguidores de este movimiento político; esta frase es un síntoma de una guerra por el poder. Habría un segundo aspecto de esta relación entre los significantes prietos-Morena menos evidente que nos llevaría a otros linderos entre política y religión. El acrónimo completo del Movimiento de Regeneración Nacional es “Morena. La esperanza de México”, donde se aprecia que la frase contiene una virtud

teologal, y que el término regeneración también se puede ligar al postulado religioso de una conversión. También, como se sabe, la virgen Morena de Guadalupe es la patrona de muchos mexicanos. Simplemente señalamos esta relación que implicaría un estudio de otra naturaleza, en la que sería necesario estudiar la supuesta relación histórica entre la masonería y el PRI. 2. La frase «*A los prietos de #Morena les vamos a demostrar que son prietos pero ya no aprietan*» nos conduce un camino escabroso de analizar. Bajo la teoría lingüística de Ferdinand de Saussure (1991), retomada por Jacques Lacan (2007), y recientemente por Slavoj Žižek (2008), si se vinculan los significantes prietos-que-ya-no-aprietan, se tiene la impresión de que se ha incorporado intencionalmente un horizonte sexista, incluso homofóbico. El encadenamiento de significantes refleja el “juego sexista” del uso del lenguaje por parte de quien planeó y de quien la expresó; lo que refleja a una grosera oposición de los términos hombre/mujer. Esta frase aduce que quien la pensó y quien la dijo se consideran a sí mismos que son lo contrario “a los que no aprietan”, que bajo la psicología social de lo mexicano sería un macho. Bajo este infortunado uso sexista del lenguaje, los “que no aprietan” puede remitir a varios sentidos: “persona que ha perdido su atractivo”. Al estructurarse gramaticalmente tal expresión en plural, se aduce que los seguidores del PRI son machos, y que los detractores del PRI que se cambiaron a Morena, dejaron de serlo, entonces, se convirtieron en lo contrario de un macho.

Más tarde, se borra el *tuit* donde se compartió el video. Enrique Ochoa Reza escribió en redes sociales:

El día de hoy en Tabasco me referí a los PRIistas [sic] que se han pasado a Morena como PRIetos [sic]. Mi comentario jamás fue referido a las personas que tienen mí mismo color de piel, del cual me siento muy orgulloso. Ofrezco una sincera disculpa. Esta campaña será de propuestas y unidad. (citado por Garza, 2018, párr. 11)

El periodista Ramón Alberto Garza (14 de febrero 2018), indiscutible líder de opinión trata de darle marco al mensaje, con-

textualizando la frase, asegura que la usó primero el candidato independiente Jaime Rodríguez, que mencionó en la *XII Cumbre de Comunicación* (8 de febrero) el término PRI-etos: “ya le cambié por cierto el nombre a Morena, se llama PRIeta. Para los que no son de México, es morena, pero con otro nombre” (párr. 6). En este mismo texto se aluden expresiones también racistas expresadas por otros candidatos de esta contienda. Esto nos deja en claro que Ochoa Reza no es el único político en expresarse así.

Más allá de esto lo que sucede ese y los siguientes días en la red es una explosión de descontento, de rivales políticos, neutrales y también del propio PRI. Irrumpen #PRINAZI;

#piensaantesdehablar; #PrietosQueNoAprietan; #LordPRIeto y un largo etc.

Mejía Madrid (2018) destacó pocos días sobre esta declaración discriminatoria como un ejercicio de un racismo al revés, que comprende una justificación a la narrativa de los prietos “también le dicen a uno güero, burgués, neoliberal. (el racismo implica más cosas) El racismo constituye una estructura narrativa respaldada por los que tienen el poder para diseminar ciertas creencias sobre un grupo que evita tenga acceso al poder.” (Madrid, 2018, p. 49). El mismo autor cuestiona ese llamado racismo al revés, con el argumento de la historia y el colonialismo, pero el acento a destacar de este uso político del *prieto* no es en la discriminación o la calificación por el color de la piel, sino en la permanencia en la hegemonía política de un grupo sobre los otros.

IV Primera aproximación empírica al significado del término *Prieto*

En el contexto de la declaración, pero sin referirla explícitamente, se realizó una aproximación exploratoria cualitativa por medio de un estudio empírico a los significados del término *Prieto*. Se ejecutó del 22 de febrero de 2018 en la Universidad Anáhuac México, con estudiantes de Licenciatura Comunicación.² (for-

² En el estudio exploratorio participaron 60 estudiantes (52% hombres y 48% mujeres) quienes cursaban de 4º a 8º semestre, es decir entre 19 y 23 años de edad, en una selección de sujetos por conveniencia. La unidad de análisis fueron los *significados*, en-

- Mejía, F. (2018, Febrero 16). *Prietos*. Sección Tiempo fuera. *Proceso*, 2155, 48-49.
- Menchú, R. (2000). *El racismo y la discriminación: vergüenzas para la humanidad*. Boletín de Antropología Americana. Instituto Panamericano de Historia. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=2f99bd2e-7f9a-4aa3-8ad5-1c3f569d8797%40sessionmgr103>
- Miranda, K. (2018, Febrero 10). *A los prietos de Morena les vamos a demostrar que no aprietan*. En *Debate*. Recuperado de: <https://www.debate.com.mx/politica/A-los-prietos-de-Morena-les-vamos-a-demostrar-que-no-aprietan-20180210-0225.html>
- Ochoa, E. (2018, Febrero 10). A los prietos de #Morena les vamos a demostrar que son prietos pero ya no aprietan [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/EnriqueOchoaR/>
- Ochoa, E. (2018, Febrero 10). *A los prietos de #Morena les vamos a demostrar que son prietos pero ya no aprietan*. [Tweet]. Recuperado de: <https://twitter.com/enriqueochoar>
- Navarrete, F. (2016). *México racista. Una denuncia*. México: Editorial Grijalbo.
- Ramírez, S. (1984). *El mexicano: psicología de sus motivaciones*. México: Editorial Grijalbo.
- Real Academia Española (2018). Realidad virtual. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=VH-7cofQ>
- Reina, E. (2017, Junio 29). “México, frente al espejo del racismo. Un grupo de mexicanos explica cómo vive cada día la discriminación por su tono de piel”. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2017/06/29/mexico/1498692599_341796.html
- Sánchez, M. (2006). Reseña de: ‘*Los caminos del Racismo en México*’. México: Cuiculco. Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Vol. 13 Núm. 37. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vi->

d=3&sid=b9fc891c-c026-4819-8d91-06bf6d602371%40p-
dc-v-sessmgr05

Tenorio, M. (2009). *Historia y Celebración. De México y sus hacedores*. México: Editorial Tusquest. Colección Centenaria.

Žižek, S. (2008). *Cómo leer a Lacan*. Buenos Aires: Paidós.