

:: [portada](#) :: [EE.UU.](#) ::

13-03-2018

Racismo

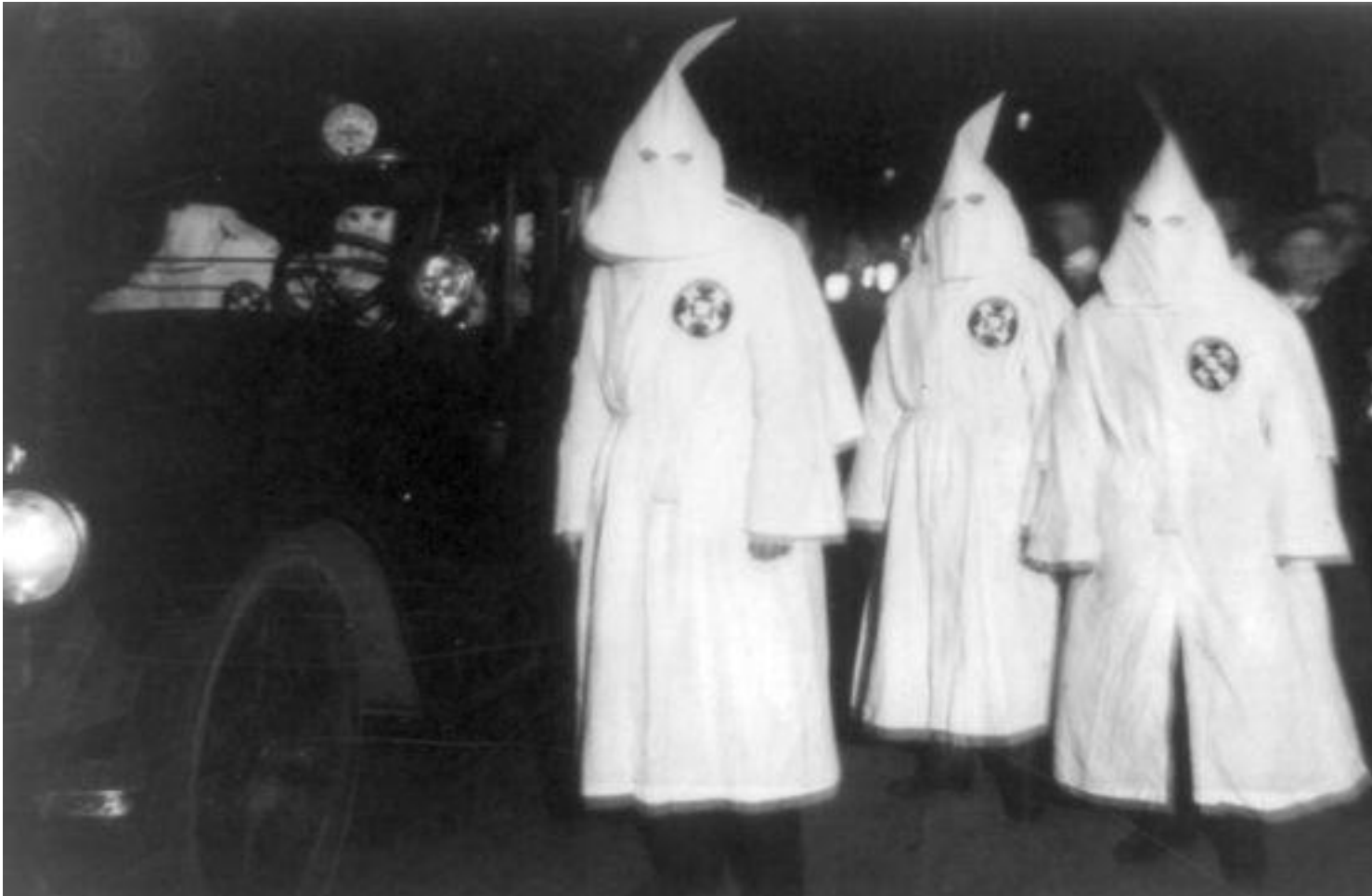
El Ku Klux Klan y los medios de comunicación, un matrimonio de conveniencia

Louis Beckett

The Guardian / El Diario (España)

Felix Harcourt, autor de *Ku Klux Kulture*

, habla de los "beneficios mutuos" en la relación entre el K



Fotografía de archivo del Ku Klux Klan / Wikipedia

En los años veinte, la cifra de miembros del Ku Klux Klan se disparó a lo largo y ancho de todo Estados Unidos, en parte gracias a la cobertura mediática. Una serie de reportajes de un diario pudo haber atraído a cientos de miles de nuevos miembros.

Felix Harcourt, profesor de Historia en Austin College y el autor del libro [Ku Klux Kulture](#), ha analizado la relación "de conveniencia" entre el Ku Klux Klan y los diarios, y las similitudes entre la discusión en torno a la atención mediática que recibió el Klan en los años veinte y algunos debates actuales.



Estamos observando el [debate en los medios de comunicación](#) en estos momentos sobre cómo tratar con los movimientos racistas y neonazis blancos. Usted ha analizado el mismo debate que se producía hace casi 100 años. ¿Puede describirnos aquel momento?

En 1921, el periódico *New York World* publicó durante tres semanas una serie de reportajes en portada sobre el Klan: denunciaba a diario su ideología, sus actividades, su secretismo y su propensión a la violencia. Consiguió que todas las instituciones de la ciudad criticaran públicamente a la organización.

De hecho, al final consiguió que el Congreso de Estados Unidos celebrara una sesión sobre el creciente poder del Ku Klux Klan. Algunos calculan que *The World* ganó más de 100.000 lectores con esta cobertura. Sus reportajes se publicaron en otros 17 periódicos y propició que otros medios publicaran reportajes parecidos.

Según algunos cálculos, si por un lado *The World* ganó más de 100.000 lectores, por el otro, el Klan consiguió cientos de miles de nuevos miembros. Incluso pudo darse el caso de que se dieran de baja como suscriptores del periódico que los informaba sobre el Klan para darse de alta en la organización.

Así que pensaban: "Este es el formulario secreto de solicitud de entrada en el Klan. ¿No es horrible que se manifieste así el odio en Estados Unidos?". Y recortaban el anuncio del periódico y decían: "Me voy a hacer miembro del Klan".

Así era.

¿Por qué no pasó algo similar en etapas anteriores del Klan?

En cierto modo, tiene que ver un cambio de estilo de los periódicos. En los años veinte, se dio un giro de 180 grados hacia el periodismo sensacionalista y el formato tabloide. Y, sin lugar a dudas, la cobertura que dieron los periódicos sobre el Klan encaja con esta tendencia. Les permitía publicar fotos impactantes en portada y atraer mucha atención.

El Klan era perfectamente consciente de ello y añadía un aire teatral a sus actos para captar la máxima atención. Hizo un esfuerzo para invitar a periodistas, pero al mismo tiempo evitó que se acercaran demasiado ya que quería "proteger los secretos", para proteger el mito. Era su táctica. Necesitaban la atención de los medios de comunicación y al mismo tiempo no perder su mística.



¿Entonces el Klan era consciente del contexto mediático en el que se movía?

Perfectamente consciente. Sabía que muchos periódicos querían fotos del Klan, nítidas y desde cerca. Así que contrató a un fotógrafo y vendía las imágenes a los periódicos locales. También sabía que un cierto tipo de actos conseguía atraer una mayor atención mediática y es por este motivo que cada vez se organizaban actos con cruces de fuego de mayor tamaño o hacían volar avionetas de las que colgaban cruces iluminadas. Hubo un esfuerzo por alimentar el espectáculo.

¿Cómo fueron en un inicio los debates en torno a la cobertura mediática y cómo cambiaron más tarde?

La tendencia inicial de los medios fue seguir el modelo de denuncia exagerada del New York World. Sin embargo, cada vez fueron más conscientes de que el Klan tenía sus estrategias para conseguir que se hablara de la organización. A veces a través de amenazas físicas. Los editores del *Messenger* [una revista afroamericana] [recibieron un sobre con una mano amputada](#). Pero más a menudo, ya que crecieron en poder e influencia, vieron que el boicot era una herramienta muy efectiva, y cada vez más la publicidad, lo que les llevó a prometer ingresos por anuncios de propaganda a aquellos medios con una cobertura al menos neutral de la organización.

¿Centrarse en la publicidad les fue rentable?

Es muy probable. En los años veinte contrató a conocidas agencias de publicidad. Vemos anuncios con mucha difusión que afirman: “Esta es la verdad sobre el Klan. No escuches lo que dice la prensa”. Muchos de los principales diarios empiezan a ser conscientes de que si bien denunciar la actividad del Klan les puede proporcionar algunos nuevos lectores también pueden perder a otros.

Llegan a la conclusión de que lo que les conviene es dar una cobertura lo más neutral posible. El problema con eso, por supuesto, es que al tratar de ser imparcial lo que realmente estás haciendo es presentar al Klan como una organización normalizada y aséptica; polémica, eso sí, pero popular y ampliamente aceptada.

¿Qué organizaciones y grupos se mostraron críticos con la forma en la que el KKK era presentado en los medios de comunicación?

Los periódicos católicos, judíos y afroamericanos. Algunos periódicos afroamericanos creen que era mejor no conceder al Klan ningún tipo de publicidad en los medios, lo que en ese momento se llamó “silencio digno”. Otros, sin embargo, comparan al Klan con un incendio forestal. Cortar el oxígeno terminará por matarlo, pero mientras eso no ocurra hará muchísimo daño. Es por este



motivo que algunos periódicos eran partidarios de dar una cobertura mucho más agresiva.

El Pittsburg Courier, por ejemplo, en vez de publicar un reportaje sobre una popular jornada sobre el Klan en la Feria Estatal de Texas, optó por hablar de actos que desembocaron en disturbios y violencia, con el objetivo de terminar con la percepción, alimentada por algunos de los grandes periódicos blancos, de que a la organización, a pesar de generar polémica, le iba bien.

¿Los periodistas se reían o burlaban de la organización?

Se publicaron muchas caricaturas políticas que se burlaban del Klan pero, como señaló un destacado crítico teatral de la época, la organización era capaz de seguir adelante si le tiraban pasteles a la cara. A los miembros del Klan no les afectaban este tipo de burlas. Pensaban que simplemente eran una buena muestra de que tenían los enemigos correctos y de que estaban en la dirección correcta. Así que al final estas críticas resultaron ser contraproducentes. Usted comenta que al final el Klan optó por centrarse en sus propios medios en vez de esforzarse con los medios ajenos que hacían una cobertura que les beneficiaba. La dirección nacional del Klan creó su propio periódico llamado el Kourier, con una K, que, a principios de 1925, afirmaba tener más de un millón y medio de lectores. Es muy probable que se trate de una cifra exagerada, como ocurre con muchas otras cifras que el Klan proporcionaba. Sin embargo, en el supuesto de que llegáramos a la conclusión de que tenía medio millón de lectores seguiría siendo una de las publicaciones más leídas de esa época en Estados Unidos. Era una gran estrategia de propaganda y ocupaba el lugar de otros medios de comunicación, tanto a nivel local como nacional, y al mismo tiempo permitía presentar la información desde el punto de vista ideológico de la organización.

¿Qué tipo de noticias de repercusión nacional se publicaban en el periódico del Klan?

La relación entre Estados Unidos y México. Noticias sobre el presidente. Todo ello impregnado por la noción de que se trata de una publicación familiar, con lo cual podías encontrarte con una larga crítica sobre la influencia de la Iglesia católica en Estados Unidos en una página y en la siguiente una receta de tostada con pimientos o una página para los lectores más jóvenes con un chiste. También tenía crucigramas y puzles, que tenían el ridículo nombre "cruz-igrama en llamas".

Usted ha descrito una organización cada vez más influyente que tenía su propio periódico y cada vez más socios. ¿Qué pasó? ¿Por qué no se mantuvo?

Predomina la versión de que la presión que recibía y especialmente un escándalo de uno de los líderes más importantes de la organización en Indiana, que agredió sexualmente una mujer que luego se suicidó, [desempeñaron un papel en su declive]. Estos escándalos le dieron mala imagen ante la opinión pública y propiciaron su caída. Por otra parte, hay otra versión que señala que tras la aprobación de la ley de inmigración de 1924, el Ku Klux Klan perdió en cierta medida su razón de ser y se disolvió.



Todas estas versiones plantean un problema; no tienen en cuenta el hecho de que si bien el Ku Klux Klan es una organización que desaparece, el movimiento sigue presente ya que las personas que integraban la organización, millones de miembros y millones de simpatizantes, mantienen su ideología. Así que más que decir que el Klan desaparece sería más preciso decir que evoluciona.

¿El debate en torno a la cobertura mediática que se dio en su momento sobre el Ku Klux Klan ha tenido algún impacto sobre los medios de comunicación? ¿La cobertura ha cambiado?

El impacto ha sido significativamente escaso. Es bastante triste. En los años veinte los periódicos llevaron a cabo una cruzada, con una cobertura inteligente contra el Klan, incluso cuando con este tipo de cobertura no consiguieron acabar con la organización. El hecho de que los medios que libraron esta batalla ganaran premios Pulitzer hizo que a partir de los años treinta miraran atrás y se felicitaran por haber terminado con la organización.

Entonces, los periódicos vieron que su periodismo de investigación había sido merecedor de un premio Pulitzer e ignoraron el hecho de que su cobertura había propiciado que aumentaran los miembros de la organización.

Así es. Hay muy poca conciencia histórica de la verdad sobre la relación entre el Klan y la prensa, que fue, ante todo, una relación de provecho mutuo.

Traducido por Emma Reverter

Fuente:

http://www.eldiario.es/theguardian/Ku-Klux-Klan-comunicacion-periodismo_0_747526307.html