

January 2017

Apuntes sobre fundamentalismo cognitivo

Germán Ulises Bula Caraballo

Universidad de La Salle, gbulalo@unisalle.edu.co

Laura Paola Belalcázar Cubillos

Universidad de La Salle, lbelcazar11@unisalle.edu.co

Kevin Cobos Torres

Universidad de La Salle, kcobos18@unisalle.edu.co

Julián Andrés Moreno Galvis

Universidad de La Salle, julianamoreno11@unisalle.edu.co

Miguel Ángel Toloza Solano

mtoloza01@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Bula Caraballo, G. U., L.P. Belalcázar Cubillos, K.Cobos Torres, J.A. Moreno Galvis, y M.Á. Toloza Solano (2017). Apuntes sobre fundamentalismo cognitivo. *Revista de la Universidad de La Salle*, (73), 141-155.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Revista de la Universidad de La Salle* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Apuntes sobre fundamentalismo cognitivo



Germán Ulises Bula Caraballo*
Laura Paola Belalcázar Cubillos**
Kevin Cobos Torres**
Julián Andrés Moreno Galvis**
Miguel Ángel Toloza Solano**

■ Resumen

Este artículo presenta algunos resultados parciales de una investigación producto de pensar el fundamentalismo desde el punto de vista cognitivo, es decir, en términos de la interacción de las ideas en la mente fundamentalista. Se presenta la postura creacionista del fundamentalismo evangélico cristiano en términos de estrategias para producir una burbuja cognitiva, que aísla a los creyentes de ideas que vengan del exterior. Se piensan los aspectos cognitivos de la característica falta de humor entre los fundamentalistas; asimismo, se examina la complicidad entre hablante y auditorio que debe haber en el fenómeno de la glosolalia y se estudia el fenómeno del *greenwashing* como una forma de fundamentalismo cognitivo. El hilo conductor de estas diferentes reflexiones es la necesidad de autoobservación crítica como forma de combatir el fundamentalismo cognitivo.

Palabras clave: fundamentalismo, autoobservación, humor, glosolalia, creacionismo, *greenwashing*.

* Doctor en Educación de la Universidad Pedagógica Nacional; magíster en Filosofía de la Pontificia Universidad Javeriana; filósofo de la misma universidad. Profesor asociado de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de La Salle. Correo electrónico: gbulalo@unisalle.edu.co

** Estudiantes del programa de Filosofía y Letras de la Universidad de La Salle. Correos electrónicos: lbelalcazar11@unisalle.edu.co, kcobos18@unisalle.edu.co, julianamoreno11@unisalle.edu.co, mtoloza01@unisalle.edu.co

Introducción

¿Por qué luchan los hombres por su esclavitud con tanto ahínco como si lucharan por su libertad? Esta es una de las preguntas centrales del *Tratado teológico político* de Baruch Spinoza (1999), publicado por primera vez en 1670. Ya en ese entonces era motivo no solo de consternación, sino además de preocupación teórica, ese síndrome caracterizado por fuertes emociones negativas, creencias irracionales, posiciones políticas extremas y la seguridad de que todo esto es en nombre de Dios. En el caso de Spinoza, su principal objetivo eran los calvinistas radicales de los Países Bajos, que se oponían al Gobierno republicano de Jan de Witt y clamaban por una restauración de la monarquía. Hoy nos preocupan derechas religiosas de diversas estofas, que atentan contra los derechos de la población LGBT en Rusia y muchos países del África subsahariana, que promueven formas extremas de violencia política en el mundo musulmán, tanto en oriente próximo y el Magreb, como en el llamado *cuarto mundo*, en las comunidades musulmanas en el interior de países como Francia o el Reino Unido. También nos preocupan las comunidades cristianas que promueven la xenofobia, la discriminación racial y religiosa, y la guerra, en los países occidentales. Resulta tentador pensar que la nuestra es una época en la que el fundamentalismo es particularmente peligroso, pero no hay que olvidar que los monarquistas holandeses emboscaron y asesinaron a Jan de Witt y a su hermano, colgaron sus cuerpos en la plaza pública y los asaron para ser comidos por la multitud enardecida.

El fundamentalismo moderno suele entenderse como un fenómeno político y social que emerge del sentimiento de inseguridad ante la modernidad por parte de grupos de personas con creencias tradicionales (Armstrong, 2009). Los fundamentalistas buscan hacer que el mundo encaje con lo que sienten y piensan, en vez de que sea en sentido contrario. Por ejemplo, el fundamentalismo cristiano asume "la validez histórica de la Biblia como un manual de fe y moral y como un documento históricamente literal" (Schneider, 1992, p. 18), lo cual entra en conflicto con muchas ideas modernas, como aquellas sobre la antigüedad de la Tierra, el origen de las especies, los derechos de las mujeres, etc. Para ellos, lo primordial es hacer que permanezcan intactos los principios que

siguen sin importar la forma como esto pueda lograrse. De allí se desprende el comportamiento radical de algunos grupos fundamentalistas y, por supuesto, es ahí donde también se encuentra la relevancia de examinar este fenómeno.

El problema del fundamentalismo se ha abordado desde perspectivas como la psicológica (Altemeyer, 2006), la histórica (Armstrong, 2009) o la sociológica (Guiora, 2014). Nuestra apuesta es por un examen desde el punto de vista cognitivo: fundamentalista es aquel que hace esfuerzos cognitivos especiales para preservar ciertas creencias privilegiadas que, de lo contrario, no resultarían consistentes con su experiencia o con otras creencias que sostiene; es lo que Schimmel (2008) llama *acrobacias pseudocognitivas* (nótese el corolario: los fundamentalistas no son tontos, pero usan su intelecto de cierta manera peculiar). Una vez asumida esta perspectiva, se puede ver que el mote de “fundamentalista” aplica no solo a los religiosos, sino también a quienes se adhieren a ciertos dogmas de la economía neoclásica más allá de lo que la evidencia y la sana razón permiten (Bula, 2014); por ejemplo, puede haber ideologías políticas fundamentalistas o fundamentalismo en torno a la manera como se debe administrar una institución. En la medida en que recurran a acrobacias pseudocognitivas para sostener ciertos dogmas, podrían existir ateos fundamentalistas.

Sin importar de cuál clase de fundamentalismo se trate, sea religioso, económico o político, se puede observar que quienes sostienen creencias de este tipo perciben el mundo de una manera peculiar. El fundamentalismo implica aferrarse a un sistema de creencias al punto de rechazar cualquier cosa que pueda negarlas, e incluso negarse por voluntad propia a cuestionar estas creencias (por ejemplo, Altemeyer (2006) ha mostrado que los fundamentalistas son perfectamente capaces de usar el pensamiento crítico, pero solo lo emplean en contra de aquellas ideas que puedan amenazar sus creencias preciadas). Entonces, el fundamentalismo puede analizarse desde un punto de vista epistemológico o cognitivo. De esta manera, más que los factores sociológicos que llevan al fundamentalismo o los afectos del fundamentalista, nos interesa la ecología de la mente (Bateson, 1987) del fundamentalista; esto es, la manera como las diversas ideas que tiene acerca de la realidad interactúan entre sí y con esta.

El fundamentalismo, examinado desde un punto de vista cognitivo, es decir, un fenómeno que afecta la forma como las personas perciben y piensan el mundo y, en consecuencia, como se comportan, nos permite utilizar las herramientas de la filosofía: pensar en el fundamentalismo no tanto como un fenómeno social, sino más bien como una patología del pensamiento; analizar el fundamentalismo desde una perspectiva epistemológica que nos permita adentrarnos en la percepción y cognición de los fundamentalistas, y conocer más sobre su forma de pensar. Esta perspectiva ha rendido varios frutos, que presentamos en este artículo a manera de resultados parciales de investigación y de argumentos indirectos a favor de la visión sobre el fundamentalismo que hemos decidido adoptar. Lo que queremos hacer es mostrar ostensivamente que la perspectiva cognitiva sobre el fundamentalismo rinde frutos interesantes y vale la pena perseguirla más a fondo.

Creacionismo y fundamentalismo: burbujas cognitivas

Sobre todo desde el juicio Scopes de 1925, en el que se discutió la legalidad de enseñar la doctrina de la evolución en el estado de Tennessee (Armstrong, 2009, pp. 233-234), la oposición creacionista a la teoría de la evolución ha sido un tema contencioso en la difícil relación entre la derecha religiosa estadounidense y la cultura moderna. Una manera de abordar el tema desde el punto de vista epistemológico es a través del concepto de *burbuja cognitiva*: los miembros de un grupo fundamentalista filtran de manera activa la información que reciben, bregando por escuchar solo información de fuentes del interior de su tribu y por desmentir todo lo que venga desde afuera y amenace sus creencias (Cf. Sánchez 2010). Los fundamentalistas establecen un régimen de creencias y del “deber ser” al postular una metacreencia como meta-verdad, que pretende sostener la realidad de las cosas en la realidad y en el mundo. Esta verdad se brinda como una palabra infalible dada por una entidad superior. Esto, más que responder a un factor de necesidad, de acuerdo con Bruce (2003), responde a la creación de canales socialmente seguros, tanto para las instituciones de orden comunitarista como para las de orden individualista, al promover desde una metacreencia una especie de armonía y de prevalencia universales de la que sus adeptos pueden ser parte.

Miremos un caso concreto que se presentó en los tribunales de Pennsylvania en diciembre de 2005 (Goodstein, 2005), en el que se cuestionaba la decisión del distrito escolar de Dover de enseñar la teoría del diseño inteligente como alternativa a la teoría darwiniana de la evolución, así como la inclusión, en el libro de texto, de una advertencia que señalaba que la teoría de la evolución es solo una teoría, en competencia con otras. La corte no estuvo de acuerdo:

Opinamos que un observador razonable y objetivo, tras evaluar tanto los voluminosos registros de este caso como nuestra narrativa, encontraría que el diseño inteligente es un argumento teológico interesante pero no es ciencia [...] En síntesis, advertencia que indica que la teoría de la evolución debe tener un trato especial tergiversa su *status* en la comunidad científica, y causa en los estudiantes dudas acerca de su validez sin que haya una justificación científica para ello, al presentar a los estudiantes una alternativa religiosa enmascarada como una teoría científica. (Kitzmiller et al., 2005, p. 136)¹

El argumento básico de la teoría del diseño inteligente es que nuestro mundo, en su organización, presenta evidencia de ser producto de una inteligencia creadora. Defensores de este argumento, como Morris (2000), lo aúnan con evidencias bíblicas. Este autor refiere que el origen de la vida se remonta a la presencia y al poder de un Dios que crea todo sin tener que proveerse de un sustento ajeno al suyo. El origen del mundo es producto de una perfección y de una bondad proveniente de un Dios perfecto, bondadoso y todopoderoso (omnipresente, omnisciente, omnipotente y eterno); esto se sabe por la lectura de la Biblia, que da una revelación completa del origen del Universo. Todo el orden aparentemente causal de los eventos de la creación que se dieron a lo largo de seis días proviene más que nada de la bondad y la infalibilidad del Verbo Divino:

¹ El original es el siguiente: "It is our view that a reasonable, objective observer would, after reviewing both of the voluminous record in this case, and our narrative, reach the inescapable conclusion that ID is an interesting theological argument, but that it is not science...In summary, the disclaimer singles out the theory of evolution for special treatment, misrepresents its status in the scientific community, causes students to doubt its validity without scientific justification, presents students with a religious alternative masquerading as a scientific theory"

La Biblia enseña inequívocamente que el Creador es una gran persona que creó el universo entero del espacio y el tiempo, como también es el creador de la materia y la energía y de todos los sistemas y personalidades que existen en el universo del espacio/tiempo. El creador no es la "madre tierra" del antiguo panteísmo pagano, ni la "consciencia cósmica" del panteísmo moderno, y ciertamente no es la luz de "la evolución", [...] El creador es Dios, Elohím, el Dios uniplural [...]. Dios en su esencia es omnisciente, omnipresente, omnipotente y eterno. (Morris, 2000, p. 213)²

A pesar de cierto grado de sofisticación en los argumentos de Morris, este no puede evitar, a cada paso, una cierta circularidad: tales argumentos solo se sostienen si se admite la autoridad de la Biblia y esta, a su vez se sustenta también en la autoridad de la Biblia. Esta antiquísima falacia cobra una nueva relevancia a la luz del concepto de las burbujas cognitivas. Rescatamos, entonces, los dos siguientes aspectos de la teoría del diseño inteligente y los esfuerzos para que se enseñe al lado del evolucionismo en los colegios.

1) ¿Para qué abundar en argumentos cuando uno solo (circular) da cuenta completa de las creencias que se quieren expresar? Podría pensarse que, por economía del lenguaje, si se va a aceptar el pensamiento circular por el cual la Biblia funda la autoridad absoluta de sí misma, esto podría enunciarse de una sola vez, de forma breve, en un silogismo; ¿a qué viene el mayor abudamiento de argumentos auxiliares? Así pues, proponemos, como hipótesis, que dichos argumentos sirven como refuerzo a la burbuja cognitiva: en la medida en que la mente está ocupada con estos sofisticados argumentos, yendo en redondo, pero haciendo bastantes bucles y epiciclos, y realizando en el camino acrobacias pseudocognitivas, esta *no* está contemplando pensamientos alternativos. Podemos pensar en la complejidad y abudamiento de detalles que tienen las llamadas teorías de la conspiración, como cumpliendo una función análoga.

2 El original es el siguiente: "The Bible teaches unequivocally that the creator is a great person who created the entire universe of space and time, as well as matter and energy and all the systems and personalities that exist in space/time universe. The creator is neither the "Mother earth" of ancient pagan pantheists nor the "cosmic consciousness" of modern pantheist, and certainly not the light of "evolution". [...] The creator is God, *Elohím*, the uni-plural God [...]. God in his essence is omniscient, omnipresent, omnipotent and eternal".

2) Al contraponer la teoría del diseño inteligente como alternativa (en principio también válida) a la teoría de la evolución, se le resta fuerza a una idea que podría penetrar la burbuja. La estrategia es interesante: no se busca refutar la teoría de la evolución, tan solo ponerla en la zona gris de lo dudoso, donde queda neutralizada. Esta estrategia ha sido utilizada ya por multinacionales tabacaleras y petroleras que, sirviéndose de profesionales de la ciencia mercenarios, supieron esparcir dudas por muchas décadas sobre el vínculo entre el consumo de cigarrillo y el cáncer de pulmón, y hoy hacen lo mismo respecto a la relación entre el consumo de combustibles fósiles y el calentamiento global (Oreskes y Conway, 2011).

Con el caso del creacionismo, es posible perfilar la mente fundamentalista como una que se resiste al examen, a la interpelación. En el siguiente apartado, se muestra que parece haber en el perfil cognitivo del fundamentalista una peculiar resistencia, más particularmente, al autoexamen.

Fundamentalismo y sentido del humor

Pareciera que hay una relación adversa entre el fundamentalismo y el sentido del humor: los nazis consideraron al sentido del humor judío como un arma contra la cultura germánica (Gordon, 2012); Stalin persiguió con mano dura a los humoristas (Lauchlan, 2009) y al Ayatola Khomeini se le atribuye la siguiente cita:

Alá no creó al hombre para que este se divirtiera. El fin de la creación era probar al hombre a través de la oración y la dificultad. Un régimen islámico debe ser serio en todos los campos. No hay bromas en el Islam, no hay humor en el Islam. No puede haber diversión y regocijo en lo que es serio. (citado en Taheri, 1985, p. 259)

¿Tiene que ver esta aversión al humor con el perfil cognitivo del fundamentalismo? La relación la encontramos en la resistencia a la autoobservación que presentan los fundamentalistas: para Altemeyer (2006, p. 75) la mente fundamentalista es un archivador, en el que los contenidos reposan lado a lado sin interactuar, ya que el fundamentalista no se preocupa en revisar si sus creencias

son contradictorias entre sí. Para Teodoro Adorno, quien investigó las personalidades autoritarias después de la Segunda Guerra Mundial, "la resistencia a la observación de uno mismo y la resistencia a comprender los hechos sociales son, en realidad, la misma cosa" (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson y Sanford, 2006, p. 200). Nuestra hipótesis es que tanto el humor como el autoexamen requieren una crítica respecto de uno mismo. La risa, según Bergson, es la forma como la vida señala burlonamente la rigidez: física, en el caso del humor físico (*slapstick*), o mental, cuando notamos en otros o en nosotros mismos una cierta torpeza mecánica en nuestros razonamientos (1996). En este último caso, el humor necesita que tomemos distancia crítica de nosotros mismos: por ejemplo, para poder gozar de quien hace una caricatura de nuestra forma de hablar, debemos ser capaces de vernos como nos ven los otros. La carencia de esta habilidad sería señal, al mismo tiempo, de una mentalidad fundamentalista y de una falta de sentido del humor (Bula, 2017).

De nuevo, vemos cómo el fundamentalismo parece estrechamente ligado a una carencia de autoobservación. En el siguiente apartado, veremos un caso aún más espectacular en el que el fundamentalista *no sabe lo que está diciendo*.

Glosolalia y complicidad

Carlos Garma Navarro, antropólogo mexicano, hace una investigación sobre el pentecostalismo y su relación con la glosolalia. El pentecostalismo es una denominación fundamentalista que sostiene la idea de la inerrancia literal de la Biblia (la idea de que cada palabra de la Biblia es literalmente cierta, tomada en sentido llano); la glosolalia, o don de lenguas, es el fenómeno en el cual creyentes que se perciben a sí mismos como inspirados emiten declaraciones que aparentan tener forma lingüística, pero no corresponden a ninguna lengua conocida (Samarin, 1968, p. 51). Para el hablante:

Lo que él o ella emite no son palabras con un significado específico. Para el sujeto estos sonidos parecen una lengua extraña, ya que carecen de significado; pero, el hecho de que el emisor no comprenda lo que dice no significa que los oyentes no lo entiendan. (Garma, 2000, p. 86)

Resulta extraño que un emisor de la glosolalia no pueda comprender lo que pronuncia y, sin embargo, los receptores sí puedan entenderlo. ¿Qué podemos decir de este fenómeno desde una perspectiva cognitiva?

El lenguaje que usan los fundamentalistas se puede asemejar a lo que Harry Frankfurt describe como *bullshit*. Según Frankfurt, el *bullshit* (charlatanería, o “paja” según el coloquialismo colombiano), es un modo de hacer caso omiso a temas que el charlatán no quiere tratar, o a tratarlos como ya analizados y dejarlos a un lado. Más que una forma de mentir, es una forma de evitar el tratamiento real de un tema (piénsese en las largas y vacías respuestas que dan los estudiantes de colegio cuando no han estudiado la materia). Dice Frankfurt (2006):

Para el charlatán [...] no hay más apuestas: no está del lado de la verdad ni del lado de lo falso. Su ojo no se fija para nada en los hechos, como sí lo hacen, en cambio, los ojos del hombre sincero y del mentiroso, salvo en la medida en que pueda responder a su interés de hacer pasar lo que dice. (pp. 68 y 69)

Ahora bien, para que la charlatanería funcione, es necesaria cierta complicidad entre el hablante y quienes lo escuchan: el “culebrero” que vende la pomada que cura tanto el cáncer como la diabetes y la impotencia solo puede ser efectivo si su auditorio le colabora; si, movidos por el deseo de sentir esperanza en la cura milagrosa, los espectadores modulan su escepticismo y se dejan llevar por la palabrería y la cadencia del vendedor. He aquí la similitud que encontramos con la glosolalia, como veremos.

El estudio lingüístico sobre la glosolalia parece indicar que no es tanto un producto de una inspiración divina como un comportamiento aprendido: el hecho de que las glosas sean similares entre miembros de una misma comunidad religiosa, que tengan la estructura simple que habría de esperar de quien se está inventando un idioma a medida que lo habla y que estas echan mano exclusivamente de las sílabas de la lengua madre del practicante hace pensar que se trata de una habilidad aprendida, que satisface la expectativa de una comunidad (Samarin, 1968; Cf. Koić, Filaković, Nad y Ćelic, 2005). Sin embargo,

para las comunidades en las que se da la glosolalia, esta última es realmente una señal de contacto con lo divino: esto, sugerimos, necesita el mismo tipo de complicidad entre hablante y escucha que hace posible que funcione la charlatanería. Ante un auditorio sin predisposiciones, los episodios de glosolalia podrían parecer ridículos o sintomáticos de alguna enfermedad psiquiátrica; en cambio, en la medida en que hablante y auditorio se refuerzan mutuamente la idea en común de que la glosolalia es venida de Dios, el hablante mostrará en sus glosas la intensidad requerida y el auditorio el debido asombro y respeto.

En general, los fundamentalistas religiosos creen que Dios habla a través de ellos, lo cual tiene un sentido un poco más literal entre los practicantes de la glosolalia. Esta clase de comportamiento facilita que se acepten ideas sin mayor reflexión o examen crítico. En el caso de la glosolalia, a veces hay quien tiene un segundo don, el de la interpretación, que expone a la congregación en el vernáculo lo que acaban de escuchar en lenguas; ¿es este un contexto para la duda o el examen crítico? El lenguaje no es solo un modo de comunicación, es también una forma de dominación sobre el otro, en la que una manera determinada de ver el mundo se puede transmitir e imponer sobre el otro (como es el caso del líder o pastor y los creyentes o seguidores). Aquí figura de nuevo la complicidad, como una voluntad de obedecer.

Según las ideas que hemos venido desarrollando, el fundamentalismo es una manera de pensar: no es una variable discreta sino continua (se puede ser más o menos fundamentalista), y no está adherida como atributo de una sustancia a un grupo de personas determinado, sino que puede darse en cualquiera que, mediante acrobacias pseudocognitivas, sostenga sus creencias más allá de lo razonable. En el siguiente apartado hablaremos de una forma de fundamentalismo de la que nosotros también somos cómplices.

Greenwashing: un poco de autoobservación

Una de las diversas formas de ver la manera en que el fundamentalismo se expresa a modo de un fenómeno cognitivo es el *greenwashing*, el cual consiste en la presentación de productos, empresas y prácticas como “verdes” al público

consumidor a través del uso de la publicidad y las relaciones públicas, más que a través de cambios sustanciales en el comportamiento de las empresas. La manipulación de información tiene como objetivo hacer creer al público en general que los productos o prácticas corporativas dañinas para el medio ambiente son, por el contrario, inofensivos y que por esta razón no existe ningún problema en consumirlos (Delmas y Cuerel, 2011, p. 64). Piénsese en las campañas de grandes empresas petroleras que buscan, a través de la propaganda, hacerlas ver como grandes amigas del medio ambiente (por ejemplo, poniendo algún animal salvaje en el logotipo de la empresa). De esta manera, tanto los productos como las prácticas corporativas nocivas son protegidas ante las críticas y se sigue obteniendo beneficios monetarios por ellos.

El *greenwashing* se da en el contexto de un profundo cuestionamiento del modelo económico neoclásico a la luz del daño ambiental que trae consigo una confianza desmedida en la racionalidad del mercado (Klein, 2015). Las personas que no desean abandonar este modelo económico, sea porque se benefician monetariamente de este o porque se sienten cómodas en su papel de consumidoras, desean negar que ciertas prácticas industriales o hábitos de consumo sean nocivos. En la persistencia de un punto ciego podemos ver las señales del fundamentalismo cognitivo, y el *greenwashing* sería una de las formas como este punto ciego se sostiene.

Cuando se trata de *greenwashing* no solo hablamos de simples mentiras dichas por corporaciones a sus consumidores, sino que más bien entramos a una reconstrucción de la verdad. Hechos como aquel que indica que el calentamiento global está ligado a los gases de invernadero que emanan de nuestros modos de producción son perdidos de vista, simplemente no existen, y las personas se quedan con la información que les brinda el *greenwashing* (Bowen y Aragon, 2014, p. 108). Tanto así que incluso se llega a una escala cultural, donde estas creencias se establecen como verdades e incluso son validadas por las propias instituciones reguladoras, como el caso de pensar que la explotación de petróleo no es dañina.

Los seguidores de la economía neoclásica asumen una postura fundamentalista al negar cualquier crítica que se haga a su paradigma y, además, ellos mismos se niegan a cuestionar las bases de este (Klein, 2015). En este contexto, el *greenwashing* cumple la función de poner las críticas al modo de producción en la zona gris de lo dudoso, ofreciendo la imagen cosmética de que, en realidad, las grandes corporaciones sí se preocupan por el medio ambiente. Dicho en términos llanos, la estrategia parece condenada al fracaso, pero es exitosa porque cuenta con la cooperación del público, que no quiere preocuparse en serio por la temática ambiental y prefiere sentirse bien eligiendo productos que han sido mercadeados como “verdes”. En esa medida, podemos pensar el *greenwashing* como un fenómeno emergente del fundamentalismo cognitivo, que busca proteger las bases del modelo neoclásico de la economía.

El *greenwashing* puede considerarse como una defensa inmunológica de la mente fundamentalista, no solo contra el daño que el paradigma de la economía neoclásica pueda recibir desde el exterior, sino también desde el interior. El pensamiento económico neoclásico estaría constituido como una trama de ideas, pensamientos entrelazados que se sostienen unos a otros y mantienen alejada cualquier cosa que pueda entrar desde el exterior. Esta trama es en sí muy frágil, por lo que los hechos, daños y desastres que nos muestra nuestro planeta la atraviesan y la dañan fácilmente.

Buscando la salvación de este paradigma, el *greenwashing* emerge poniendo parches a las laceraciones sufridas por la trama de ideas. El *greenwashing* oculta esa información que pueda ser dañina para el paradigma alterando la perspectiva que se tiene sobre esta, y convierte dicha información en algo benéfico para el sistema total de idea; además, deja en la cultura ideas como que las mismas corporaciones que contaminan se encargaran de resolver el problema del medio ambiente, ideas a las que cómodamente damos nuestra aceptación tácita o explícita.

Así, por ejemplo, el impacto ambiental del reciclaje de basuras es muy leve, y de ningún modo suficiente para prevenir la crisis ambiental, pero en muchos individuos la práctica sirve para limpiar del todo su conciencia (Somerville, 2016). De

igual forma, la adopción de un estilo de vida vegetariano o vegano (una opción de consumo dentro de un modelo económico volcado al crecimiento perpetuo) es vista por muchos como la solución a los problemas ambientales (Martindale, 2017), lo que implica soslayar problemas duros como la sobrepoblación, el racismo ambiental y, de nuevo, la imposibilidad de una política económica neoclásica en un mundo de recursos finitos (Klein, 2015; Leonard, 2011).

Conclusión

El fundamentalismo puede describirse como un “hábito de la mente” (Marty y Appleby, 1991, p. 835); no son los contenidos que se creen los que hacen al fundamentalista, sino la forma como se sostienen; si se deja o no espacio a la crítica y la autoobservación, si se hacen acrobacias pseudocognitivas para proteger los dogmas, esto es lo que hace que una mente sea fundamentalista. En 1784 Kant (2014) publicó su ensayo *Respuesta a la pregunta ¿qué es la ilustración?*, en el cual indica que esta consiste en pensar por uno mismo, liberándose de la influencia puerilizante de los tutores externos. Ahora bien, no hay que ver la Ilustración como un evento histórico puntual sino como una tarea permanente: si desfallecemos, volvemos a caer en la servidumbre intelectual. Combatir el fundamentalismo implica esforzarnos siempre por ser ilustrados; bregar porque en nosotros mismos y en la sociedad en la que vivimos prime el esfuerzo por pensar crítica y autónomamente, y que no caigamos en los perezosos hábitos de la mente fundamentalista que hemos señalado en este artículo.

Bibliografía

- Adorno, T., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. y Sanford, N. (julio-diciembre, 2006). La personalidad autoritaria. *Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (12), 155-200
- Altemeyer, B. (2006). *The Authoritarians*. Recuperado de <http://members.shaw.ca/jeanaltmeyer/drbob/TheAuthoritarians.pdf>
- Armstrong, K. (2009). *Los orígenes del fundamentalismo en el judaísmo, el cristianismo y el islam*. Barcelona: Tusquets.
- Bateson, G. (1987). *Steps to an ecology of mind*. Londres: Jason Aronson.

- Bowen, F. y Aragon, A. (2014). Greenwashing in corporate environmentalism research and practice: The importance of what we say and do. *Organization & Environment*, 27(2), 107-112.
- Bruce, S. (2003). *Fundamentalismo*. Madrid: Alianza.
- Bula, G. (2014). Apariencia y realidad en la economía neoclásica y el Hippias de Platón. *Revista de Filosofía UIS*, 13(1), 17-39.
- Bula, G. (2017). Fundamentalism, humility and laughter: Spirituality and our response to the ecological crisis. En M. Masaeli (Ed.), *Spirituality and Global Ethics* (pp. 182-207). New Castle: Cambridge Scholar Publishing.
- Delmas, M. y Cuerel, V. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.
- Frankfurt, H. (2006). *On Bullshit. Sobre la manipulación de la verdad*. Barcelona. España: Paidós Ibérica S.A.
- Garma, C. (2002). La socialización del don de lenguas y la sanación. *Alteridades*, 10(20), 85-92.
- Goodstein, L. (2005). *Judge rejects teaching intelligent design*. Recuperado de http://www.nytimes.com/2005/12/21/education/judge-rejects-teaching-intelligent-design.html?_r=0
- Gordon, M. (2012). Nazi "proof" that jews possessed the worst humor in the world. *Israeli Journal of Humor Research*, 1(2), 97-100.
- Guiora, A. (2014). *Tolerating intolerance: The price of protecting extremism*. Oxford: Oxford University Press.
- Kant, I. (2014). *Respuesta a la pregunta ¿qué es la ilustración?* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Kitzmiller, T. et al. (2005). Case 4:04-cv-02688-JEJ342. *The Middle District of Pennsylvania*. Recuperado de https://web.archive.org/web/20051221144316/http://www.pamd.uscourts.gov/kitzmiller/kitzmiller_342.pdf
- Klein, N. (2015). *This changes everything*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Koić, E., Filaković, P., Nad, S. y Čelic, I. (2005). Glossolalia. *Collegium Antropologicum*, 29(1), 307-313.
- Lauchlan, I. (2009). Laughter in the dark: Humor under Stalin. En A. Duncan y A. Chamayou (Eds.), *Le rire européen. Collection Etudes* (pp. 257-254), Perpignan: Presses Universitaires de Perpignan.
- Leonard, A. (2011). *The Story of Stuff*. Nueva York: Free Press.

- Marty, M. y Appleby, R. (Eds.) (1991). *Fundamentalisms observed. A study conducted by The American Academy of Arts and Sciences*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Morris, H. (2000). *Biblical creationism*. Arkansas: Masterbooks.
- Oreskes, N. y Conway, E. (2011). *Merchants of doubt*. Londres: Bloomsbury Press.
- Samarin, W. (1968). The Linguisticity of glossolalia. *The Hartford Quarterly*, 8(4), 49-75.
- Sánchez, J. (2010). *Epistemic closure, technology and the end of distance*. Recuperado de <http://www.juliansanchez.com/2010/04/07/epistemic-closure-technology-and-the-end-of-distance/>
- Schimmel, S. (2008). *The Tenacity of Unreasonable Beliefs*. Oxford: Oxford University Press.
- Schneider, S. (2002). Fundamentalism and paranoia in groups and society. *Eastern Group Psychotherapy Society*, 26(1), 17-27.
- Somerville, M. (2016). Yes, you recycle. But until you start reducing, you're still killing the planet. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/jan/19/eco-friendly-living-sustainability-recycling-reducing-saving-the-planet>
- Spinoza, B. (1999). *Tratado teológico-político*. Barcelona: Folio.
- Taheri, A. (1985). *The Spirit of Allah*. Bethesda: Adler & Adler.
- Terra Choice. (2007). *The Sins of Greenwashing*. Recuperado de <http://sinsofgreenwashing.com/index35c6.pdf>