

## Máscaras de la mentira. El nuevo desorden de la posverdad

Raúl Rodríguez Ferrándiz

Pre-textos

Valencia, 2018

219 pp.

ISBN: 978-84-17143-29-9



El concepto de posverdad ha adquirido una importancia considerable desde que fuera empleado por primera vez por el dramaturgo serbio-estadounidense Steve Tesich en 1992 y ha empezado a tener cabida tanto en los estudios académicos como en la esfera pública. El libro *Máscaras de la mentira: el nuevo desorden de la posverdad* abarca una gran reflexión no solo sobre los orígenes del término “posverdad” sino también sobre su aplicación y envergadura en una sociedad que, cada vez más, vive en un círculo de falsa verdad, una ficcionalidad derivada del funcionamiento de la esfera social imperante.

La obra de Raúl Rodríguez Ferrándiz, doctor en Filología Española y Profesor Titular de Semiótica de la Comunicación de Masas en la Universidad de Alicante, ha sido galardonada con el Premio Celia Amorós de ensayo, dentro de la XXXV edición de los Premios Ciutat De Valencia (2017).

Según Rodríguez Ferrándiz, “la mentira trasfiere al pasado la fragilidad del presente y la contagia su potencialidad”, y sobre esta idea se desarrolla el resto de las ideas y conceptos trabajados en el libro. La obra, dividida en seis capítulos, un prólogo y su correspondiente epílogo, estructura de forma asincrónica distintas acepciones alrededor del uso de la mentira.

A pesar de que el libro se germina alrededor de los conceptos de posverdad y mentira, lo cierto es que su objetivo radica en reflexionar sobre qué queda de la mentira, en un contexto en el que la “verdad adulterada” es reclamada por muchos. Como el autor afirma al final del primer capítulo: “no nos interesará tanto dónde queda la verdad en los tiempos posverídicos, cómo es posible descubrirla y saber valorarla, sino más bien qué queda de la mentira, de los viejos buenos tiempos de la mentira”. Y en base a esta situación crítica de la mentira se desarrolla gran parte del contenido, si bien es cierto que sus primeras páginas aportan una necesaria visión general sobre el concepto de posverdad, sus alcances, implicaciones y retos en el contexto reciente.

El primer capítulo, “Para qué queremos mentiras si tenemos posverdades”, supone un compendio de casos y ejemplos, donde se profundiza en aspectos derivados desde la II Guerra Mundial hasta el caso WikiLeaks o la carrera presidencial de Donald Trump. En línea a las conclusiones del capítulo de Arendt titulado *Verdad y política* (2017) se ahonda en el alcance de la posverdad vinculada a otros conceptos contemporáneos, como el *big data* y el tratamiento retórico de la información. Se ofrece, a medida que se avanza en el capítulo, un “catálogo de posverdades recientes”, que pretenden documentar las relaciones entre mentira y ver-

dad. Siguiendo a Arendt, el autor defiende que la mentira busca la persuasión, el convencer, lo puramente interesado y con un fin específico. La verdad, por su parte, paraliza, se entiende autoritaria, incluso compulsiva. En este contexto se plantean situaciones que pretenden explicar el estado de la cuestión: “Mientras posverdades burdas son vomitadas a diario por medios oficiales y extraoficiales, hay hechos que se van imponiendo, tozudamente (...) contra todas las maniobras que intentan ocultarlos, destruir las pruebas u obs- truir las informaciones”. Y es que, si algo queda patente tras la lectura del capítulo que abre el libro, es que la etiqueta de posverdad, al fin y al cabo, no está descubriendo nada nuevo, sino que pone el énfasis en una práctica común que ha generado un clamor por la “verdad perdida”, a pesar de que “nos hemos olvidado del flaco favor que la posverdad está haciendo a la mentira”, a “los viejos buenos tiempos de la mentira”.

El segundo capítulo, titulado “Posverdades low cost”, nos acerca a un contexto de la mentira mucho más cotidiano, si tenemos en cuenta que presenta un catálogo de “posverda- des” alejadas de los grandes grupos de poder y fenómenos mundiales. El capítulo, basado en casos concretos como el de Cecilia Giménez, la pintora del *Ecce Homo* de Borja (Za- ragoza), el de Thamsanqa y sus muñecos o el caso del escri- tor y periodista norteamericano Gay Talese, concluye que el alcance y el tamaño de la mentira no es determinante a la hora de hacerla proliferar y plantea una diferencia, en pa- labras de Arendt, entre la verdad racional y la factual, que sostiene que lo que caracteriza a la verdad factual es que su opuesto es, efectivamente, la mentira, a diferencia de la verdad racional.

En el tercer apartado encontramos, bajo el título “Unas cuantas verdades sobre lo falso”, una valiosa aproxima- ción etimológica entre el “hacer y el fingir”, entre “mentiras formales y mentiras materiales”, entre ocultaciones, nega- ciones y convicciones. Como afirma el autor: “La verdad es

tan volátil que debemos enfatizarla para que simplemente valga algo, porque afirmada sin más no pesa lo suficiente contra nuestra reticencia para los demás y nuestra mala conciencia para nuestro fuero interno”. Un capítulo que, a diferencia del resto, aboga por la reflexión teórica alrededor del concepto de mentira, sus usos, efectos y gratificaciones, sobre “el destino de las mentiras que torcían verdades”, en palabras de Arendt.

El capítulo “Secretos y mentiras de Umberto Eco (In me- moriam)” supone una diacronía sobre las reflexiones del autor alrededor de la mentira y sus ápices. No tanto desde un punto de vista informativo, sino más bien estético, Eco plantea cómo la cultura de lo masivo, incluso de lo *kitsch*, transgrede el concepto idiosincrático del arte, al hacer de la experiencia “real” un compendio de ficción, que surge del consumo de la reproducción y la manipulación artística. Rodríguez Ferrándiz recupera reflexiones sobre lo auténti- co, lo puro, lo legítimo, enmarcado en el contexto del estu- dio del arte y el producto cultural, en las que Eco se detuvo para subrayar los efectos de la cultura de masas sobre el arte y sobre el propio consumo del mismo: “Lo kitsch es un su- cedáneo de la obra de arte”, como el autor afirma, el “uso malicioso del arte”, “la falsedad maliciosa del arte” para es- timular una experiencia que, al fin y al cabo, no es real, sino que es un producto que reduce lo auténtico a lo masivo, que decora de artístico lo comercial, un escenario de ficción, bajo las lógicas de la persuasión, que se esconde bajo una etiqueta casi “documental”.

El capítulo dedicado a la obra del fotógrafo Fontcuberta ad- quiere vital importancia en el libro, si tenemos en cuenta la importancia de la disciplina fotográfica, la polisemia de la imagen y su uso retórico como arma de doble filo en el macrosistema comunicativo actual. En la obra, Rodríguez Ferrándiz hace un recorrido analítico por varios proyectos de Fontcuberta que ponen en sintonía la apariencia, la esté- tica (entendida como texto icónico documental) y las com-

para con la disposición de la fotografía, el propio significado polisémico de la imagen y la falsedad intrínseca al carácter documental de la fotografía. Al fin y al cabo, la fotografía, como se defiende en el texto aludiendo a Fontcuberta, no puede escaparse de la alteración, intencionada o no, del mundo que plasma.

El último capítulo, titulado “Documental y documentira” cierra el libro haciendo un guiño al cine, la televisión y los programas televisivos, en un debate alrededor de los géneros y subgéneros, sus alcances, limitaciones y aportaciones al mercado de la mentira, un mercado que, según se desprende de las conclusiones del libro, es más potente que el propio mercado de la verdad. Los límites fronterizos entre documento y ficción son transgredidos y dan lugar al surgimiento de nuevos subgéneros y subformatos que siguen haciendo apología de la “documentira”. Y es que, bajo la etiqueta de documental, en una analogía al fenómeno fotográfico, se encuentra, de nuevo, la falsedad intrínseca de la imagen en movimiento. En un ecosistema caracterizado

por la hibridación de mentira y verdad: “Se trata de ficciones que disponen de efectos de realidad, de realidad mediada por la cámara en todo caso. Es decir, efectos de realidad paradójicos, vistos en perspectiva”, dice el autor. Los *moku-mentarys*, los propios *reality shows* o el cine documental y casos de estudio vinculados a estas etiquetas, adquieren vital importancia en este capítulo que expande el alcance del estudio de la polisemia de la imagen de la mentira al medio audiovisual.

Si algo nos hace reflexionar este ensayo es que la verdad, a pesar de todo, está sobrevalorada, y que la mentira parece tener un futuro incierto. Y es que, en el capitalismo de ficción en el que vivimos, la frontera entre lo que es real, lo que es mentira y lo que es realmente falso y falsamente real, es muy difusa. Al fin y al cabo, como dijo George Orwell: “En una época de engaño universal, decir la verdad es un acto revolucionario”.

Tatiana Hidalgo-Marí  
Universidad de Alicante