



## Posverdad y propaganda en *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury: sobre la constitución “informativa” de un sujeto manipulable

### Post-truth and Propaganda in Ray Bradbury's *Fahrenheit 451*: On the “Informative” Constitution of a Manipulable Subject

Alfonso A. Gracia Gómez<sup>1</sup>

Universidad de Valencia  
alfonso.gracia@outlook.com

**Resumen:** En el siguiente artículo se analizan algunos de los significados clave que se han articulado recientemente en los discursos filosóficos, políticos o periodísticos, entre otros, en torno a un concepto de máxima actualidad en el debate político contemporáneo como es el de “posverdad”. Para ello se recurre a un clásico de la literatura de ciencia ficción como es *Fahrenheit 451*, aprovechando una sugerencia de Ramin Bahrani, director de su adaptación cinematográfica más reciente, según el cual la novela de Bradbury “representa nuestra era de redes sociales”.

**Palabras clave:** Posverdad – Información – Política – Redes sociales – Internet

**Abstract:** In the following article we analyze some of the key meanings that have been recently articulated in philosophical, political or journalistic discourses, among others, around a concept of maximum relevance in contemporary political debate such as “post-truth”. For this, a classic of science fiction literature such as *Fahrenheit 451* is used, taking advantage of a suggestion made by Ramin Bahrani, director of his most recent film adaptation, according to whom Bradbury's novel represents “our social media age”.

**Key words:** Post-truth – Information – Politics – Social media – Internet

---

<sup>1</sup> **Alfonso A. Gracia Gómez** es Doctor en Filosofía por la Universidad de Valencia (España). Trabaja como profesor de Educación Secundaria para la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana y es miembro de la Asociación Española de Psicoanálisis Lacaniano. Además de ello, participa como investigador en el grupo EINDA, del Seminario del Campo Freudiano de Valencia, así como en el grupo “Crítica y sabotaje” del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universidad de Valencia. Ha realizado numerosas publicaciones sobre psicoanálisis, hermenéutica y crítica de la cultura, entre las que destaca su libro *¿Quién habla ahí? Freud y el sujeto del inconsciente* (2019).

## ¿Qué es la posverdad? Introducción al debate

Desde que el diccionario Oxford nominara a la posverdad como palabra del año en 2016, han corrido ríos y ríos de tinta sobre un concepto que se ha convertido en el foco mediático a la hora de describir los movimientos en política internacional, especialmente a la hora de explicar las estrategias electorales de determinados sectores cuyo éxito impredecible ha causado admiración y turbación a partes iguales. Así, en un rápido vistazo, la palabra “posverdad” tiende a aparecer vinculada a otros conceptos, también novedosos, como el de “posfactual”, “hechos alternativos”, “*fake news*” o “viral”, así como otros de corte más clásico como los de “publicidad”, “sofística” o “propaganda”. Sin embargo, esto sitúa al término “posverdad” en torno a una cierta ambigüedad, que permite incluso cuestionarnos si en realidad todos los autores hablan de lo mismo cuando utilizan un concepto cuyo significado, a pesar de ser un vocablo reciente (o quizás, precisamente por ello), se da habitualmente por asumido. En palabras de Manuel Cruz: “la posverdad no se teoriza apenas, sino que, sobre todo, se practica, y ese es el problema” (en línea). La propia “posverdad” resulta así un término confuso, que parece creado para producir, como por exceso de coherencia, las mismas opacidades que se atribuyen a sus detentadores. Así para el mismo autor, que por otra parte no desecha el concepto:

queda fuera de toda duda que más pronto que tarde dejaremos de hablar de esa posverdad acerca de la cual todo el mundo echa su cuarto a espadas últimamente. Y su caída en el olvido arrastrará en la misma dirección a expresiones como la de “hechos alternativos” y similares, en un proceso análogo al que han seguido tantas expresiones y etiquetas que en su momento parecían constituir el alfa y omega del debate ideológico [...].

Pese a ello, Cruz continúa su exposición argumentando que “semejante futuro de caducidad no debería mover a confusión, y hacer que restáramos toda importancia a lo que en cada momento se discute”. En cambio, otros autores señalan que dar un nombre pretendidamente novedoso a una

realidad que no lo es tal resulta una práctica en sí misma encubridora y, por lo mismo, menos crítica que propagandística:

El poder de la viralización de los mensajes (la fuerza de un mensaje repetido millones de veces) y la dificultad de generar mecanismos fiables para reconstruir la verdad de los hechos están en el origen del palabro de moda. Gana el que más propaga. Posverdad es una variante de propaganda. Nada nuevo bajo el sol. (Ramoneda en línea)

### **La posverdad más allá del periodismo: introducción al tema de *Fahrenheit***

**451**

Sin embargo, sí hay algo novedoso en la posverdad, algo que precisamente bebe sus fuentes de la confusión que ya hemos aludido. Se trata del modo en que ese “post-”, que pareciera aludir a una crítica velada al concepto metafísico de “verdad”, no deja de apuntar a una cierta necesidad de respuesta ante los retos que el nuevo contexto mediático ha abierto para la profesión periodística. Esta se encuentra llamada a revisar el sentido y utilidad de sus prácticas en un marco hiperdescentralizado como el actual, en el que los antiguos grupos o corporaciones mediáticas, más o menos institucionalizadas, pierden el control de la “información” en favor de una pluralidad indeterminable de autores, que intercambian constantemente sus puntos de vista en las redes sociales. Arcadi Espada lo formulaba como sigue:

el periodismo ha perdido el monopolio de la información y del debate, y coincide con empresas periodísticas débiles a las cuales, no nos engañemos, el poder siempre ha querido someter. Esa pretensión del poder, por otra parte, me parece bien. En esa dialéctica están las claves de la libertad. El periodismo es una institución de la gente, antes de que se ensuciara esta palabra, una institución de los ciudadanos. En nuestra decadencia, se ha convertido muchas veces en una institución del poder contra los ciudadanos. En cierta manera, Trump está haciendo un gran favor al periodismo. Si no salimos de esta no saldremos nunca. Es interesante ver en qué va a acabar este combate. Porque este es el combate final. *Para decirlo con palabras propagandísticas y altisonantes, la sociedad tiene un enorme reto: comprobar que la verdad pública es importante.* (Gascón en línea)

“El periodismo ha perdido el monopolio”, pues, lo que abre una pregunta acerca de cuál es la nueva “jerarquía” que sustituye al periodismo. La respuesta rápida, casi irreflexiva, aduciría que “ya no hay monopolio”, que en la situación actual estaríamos asistiendo a una descentralización de los antiguos “focos de la verdad” que “manipulaban” la opinión pública. La posverdad sería, consecuentemente, esa nueva entidad metafísica que respondería a las necesidades políticas de la actual sociedad global de la información. Se trataría así de una suerte de “verdad post”: poscolonial, descentralizada, multifocal..., en suma, más horizontal y (paradójicamente) más democrática. Una verdad que ya no debería ni tendría por qué responder a la “clásica” autoridad única y totalizadora, ya se entienda que esta proviene de la metafísica tradicional o del periodismo. Así es como el concepto de posverdad responde ante la llamada “crisis del periodismo”, de acuerdo con una secuencia que reúne, para nosotros, los siguientes cinco aspectos prioritarios:

1. Cambia el formato: de papel a digital.

2. Debido a esto, se acentúa la competencia entre los antiguos medios y las redes sociales. Esto produce un giro auténticamente revolucionario en la comunicación mediática, que se ha dado en llamar “periodismo del clic”, es decir, el que consiste en emular las fórmulas que resultan más efectivas en entornos digitales (Arranz en línea); de otro modo, el modelo es ahora lo viral.

3. Esto da lugar a una progresiva uniformización de los contenidos, o sea en las *formas* de transmisión de la información, que es concomitante de la anterior uniformización mediática. Una de las consecuencias más relevantes de ello es que se hace muy difícil distinguir qué es información y qué es publicidad.<sup>2</sup> Los propios periódicos digitales se anuncian como

---

<sup>2</sup> Como referencia, la serie de televisión estadounidense *Southpark* (Trey Parker *et al.*), dedica toda una temporada a este fenómeno. Con su humor habitualmente absurdo, presenta todo tipo de consecuencias delirantes originadas en esta confusión. Véase en especial el episodio 8 de la temporada 19: “Sponsored Content”, en el que los agentes de la policía del condado tratan de averiguar si una de las alumnas del colegio no es, en realidad, una niña, sino más bien “contenido patrocinado”.

“contenido patrocinado” en webs de todo tipo y no dudan en emular fórmulas de éxito viral para que sus espacios lleguen a ser compartidos en los grandes medios, que ya no son (solo) los tradicionales medios de comunicación institucional, radio y televisión, sino que a ellos hay que sumar las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Como consecuencia, el propio concepto de “información” acaba por diluirse en el de unos “contenidos” que, por su parte, se producen de acuerdo a ciertas “reglas” que tienen menos que ver con lo periodístico y más con lo marquetiniano.

4. Dado que buena parte de estas “reglas” se resumen en la búsqueda de “nichos de mercado”, el concepto mismo del ciudadano como “lector” (especialmente por lo que se le supone de lector “crítico”) se disgrega en una proliferación de colectividades identitarias que resulta paradójica, en la medida en que las identificaciones son tan lábiles que necesitan alimentarse de la confrontación entre los diversos grupos para reforzar los lazos de pertenencia que reúnen en una misma “comunidad imaginada” (Anderson) a los productores del mensaje y a sus destinatarios. La información se convierte así, antes que nada, en un instrumento de segregación, que hace prevalecer los aspectos formales y utilitarios de la comunicación por encima de la veracidad de los contenidos<sup>3</sup>.

5. Por último, y como colofón, se produce la reasunción utilitaria de las propias redes sociales, que por defecto parecen ponerse al servicio de esta fragmentación social. En este sentido, ya hay autores que han hablado de las redes sociales como “silos de información” (Ramos Chávez 70), es decir, como:

---

<sup>3</sup> Es más, se empieza a considerar como propiamente “informativas”, antes que nada, a aquellas prácticas destinadas a revelar la condición vacua, meramente propagandística, de determinados mensajes, en especial los que representan las posiciones oficiales. Según esto, podría interpretarse que el éxito que suscitan los mensajes “conspiranoicos” tendría menos que ver, entonces, con la dificultad de “poner barreras” a Internet —tesis habitualmente defendida en los discursos pedagógicos, muy aficionados a enaltecer las supuestas utilidades de las nuevas tecnologías (Cf. Gutiérrez 61-64)—, que con esta revisión del propio concepto de “información”, que ha pasado de ser un fenómeno institucionalista (como evidenciaba Espada) a un concepto crítico, acechante, conspirador: algo destinado a poner a la población, no a favor, sino más bien en contra de sus instituciones.

compartimientos aislados, burbujas epistémicas donde siempre se conversa entre pares que comparten idénticos marcos conceptuales. Los intercambios son verticales, confinados al encierro de ideas, ciegos a otras fuentes de información. Esos “silos” son cada vez más pequeños, más encerrados sobre sí mismos. En su interior, encerrados fronteras adentro, solo se recolectan información [sic] que apoyen sus principios o su verdad. (Flichtentrei en línea).

Resulta de ello que la “nueva información” no debe contar tanto los hechos “que sí”, sino especialmente los hechos “que no”: es decir, de acuerdo a la lógica freudiana del narcisismo de las pequeñas diferencias (Freud “El tabú de la virginidad” 2447),<sup>4</sup> que en su día tuvo a bien recuperar Ignatieff para el análisis sociológico y politológico, la función principal de estos “hechos” es generar y amplificar la diferenciación respecto al adversario:

Términos como “la era de la posverdad” y “posdemocracia” manifiestan el desconsuelo frente al creciente robustecimiento de la autoridad simbólica. Ya no interesa la verificabilidad de las denuncias: la polaridad de las posiciones resguarda toda exigencia de verdad y bloquea las críticas que pueden lanzarse desde el bando adversario. (Santagada 88)

Al mismo tiempo, la formalización del mensaje conduce a que la “realidad” se ahogue en el maremágnum de lo viral. La realidad “es tozuda”, se suele decir, pero lo viral lo es aún más, porque aparece insistentemente para recordarnos una “versión de los hechos” que, finalmente, uno está tentado de decir que ha sustituido al propio “hecho”, al modo de una segunda naturaleza o quizás, aún más, al modo en que Manuel Asensi decía, en alusión

---

<sup>4</sup> “Allí donde el primitivo ha establecido un tabú es porque temía un peligro”, escribía Sigmund Freud (“El tabú de la virginidad” 2447). De acuerdo con ello, formulaba la existencia de un “narcisismo de las pequeñas diferencias” que originalmente se había constituido como el tipo de tabú que tenía por objeto la protección del hombre ante los peligros imaginarios que este le atribuía a la mujer: “[...] entre los primitivos cada individuo se diferencia de los más por un *taboo of personal insolation*, fundado precisamente en estas pequeñas diferencias, dentro de una general afinidad, sus sentimientos de individualidad y hostilidad. Sería muy atractivo proseguir el desarrollo de esta idea y derivar de este ‘narcisismo de las pequeñas diferencias’ la hostilidad que en todas las relaciones humanas vemos sobreponerse a los sentimientos de confraternidad, derrocando el precepto general de amar a nuestro prójimo como a nosotros mismos [...]” (2448).

a la condición silogística de la literatura, que todo “hecho” en realidad no es más que un determinado “modelo de mundo fosilizado”, pues “un mundo es en sí mismo un modelo de mundo naturalizado, fosilizado como historia y tomado como mundo objetivo”, (Asensi “Modelos de mundo” 21).

Las reflexiones de este autor distinguen en la “modelización de mundo” un concepto clave, no solo para el análisis y la crítica del periodismo, en particular, sino también de la literatura, en general. Sin embargo, de ello se deduce justamente que el periodismo no deja de ser una cierta forma de “literatura”, cuyo objeto sería menos reproducir la realidad que (re)crearla. Según esto, expresiones como la de “*fake news*”, popularizada por Donald Trump en su carrera a la presidencia, serían algo más que una anécdota en una hipotética “historia de la posverdad” que estuviera por escribirse, pues en efecto parece que este término solo puede tener sentido en el contexto de cierta crítica al propio concepto de “información”, inherente al periodismo.

Sobre la etimología de “información”, Técuatl Quechol nos recuerda que “el verbo *informar*, creado en el siglo xv, proviene de la palabra latina *informare*, que significa 'dar forma a', 'moldear' o 'formar'” (Técuatl Quechol 29). En este sentido la había interpretado Jeremy Campbell, para el que la “idea de la Información” debía entenderse como un principio activo que “informa”, “da forma a lo informe”, pues a su decir “la naturaleza tiene que ser interpretada como materia, energía e información” (33).

De acuerdo con ello, resulta que un término que hoy en día hace furor en ciertos espacios, como es el de “sociedad de la información”, en realidad es algo menos reciente de lo que muchos podrían pensar, pues nada tiene que ver en su origen con la implantación de Internet, sino que apareció en 1962, en la obra del mismo Campbell sobre *La producción y distribución del conocimiento en los Estados Unidos y el cálculo del valor de la producción del conocimiento*. Este autor incidía en el hecho de que, ya por entonces, había mayor número de empleos que manejaban información que los que

desarrollaban un esfuerzo físico. Más adelante, en 1978, fue John Naisbitt el que volvió a utilizar el término “sociedad de la información” en su libro *Megatrends*, donde “describió los escenarios futuros a través de tal sociedad”, como explica Técuatl Quechol (31-32).

Según este escenario, la creencia de que Internet ha revolucionado nuestras formas de entender y hacer uso de la información sería errónea, pues más bien parece que es el propio concepto de “información” el que puso las bases para que se desarrollara la actual red de redes que es Internet:

A la luz de los diferentes tipos de documentos que surgieron en el primer tercio del siglo pasado, Paul Otlet en su obra *Tratado de documentación* (1934) presentó nociones relativas al libro y al documento, y anticipó la idea de una red universal de información y documentación que enlazaría a todos los participantes en el proceso de la creación humana. (Técuatl Quechol 30, subrayado nuestro)

Allí donde hay tantos autores que llega a diluirse el propio concepto de autor, la responsabilidad de los mismos desaparece, su identidad se difumina, y surge así un nuevo uso de la información que sirve de puerta de acceso para recuperar lo perdido en relación a tales identidades. La posverdad surge, por lo tanto, en esta suerte de ausencia del referente autorial, que no es una consecuencia de Internet, sino más bien su causa.

No se escribe, entonces, desde posiciones legítimas, como se podía entender que ocurría en una situación clásica del periodismo, sino que se escribe para conseguir esa legitimidad *que falta*;<sup>5</sup> identidad frágil y provisoria: la que dan los comentarios positivos y los “likes”. Los nuevos “autores” se hacen así portavoces de versiones que, en rigor, ya eran previamente

---

<sup>5</sup> En los dos sentidos que tiene la palabra en español: como sinónimo de “carencia” y también como “menosprecio”; pues, por un lado, esta identidad no se llega a dar nunca por asentada de forma definitiva, sino que debe ser confirmada cada vez, de ahí que cada mensaje se convierta en una nueva oportunidad para conseguir el reconocimiento de los pares. Por el otro, observamos que el recurso por antonomasia, para reforzar y dar consistencia imaginaria a estos lazos identitarios, es el argumento *ad hominem*, en plena coherencia con ese “narcisismo de las pequeñas diferencias” freudiano que afirma la propia identidad sobre el rechazo y menosprecio del adversario.

compartidas, y no se permiten erigirse como auténticos portavoces de unos hechos independientes y (aunque solo sea presuntamente) neutrales, ya que todo pensamiento ligeramente “distinto” puede ser sospechoso de dar la razón al contrario, y esto constituye una falta imperdonable.

El sujeto así dispuesto, que quisiera exponer un punto de vista mínimamente “propio”, sabe que se arriesga, cuando menos, a ser humillado por legiones de “haters” que necesitan mostrar ante la comunidad su fidelidad para con la “causa”. De modo que, finalmente, cualquier “versión de los hechos” con pretensiones de independencia parece abocada a morir, necesariamente, sin haber podido ser, al menos, puesta a debate. De modo tal que, a riesgo de resultar demasiado pesimistas, da la impresión de que el único “pensar” que se tolera en las redes es el de no pensar.<sup>6</sup>

Con ello, toda posible referencia a los “hechos” se desvanece. Estos no aparecen más que como la ocasión para re-reproducir los lemas y el argumentario de partido correspondientes a una determinada “comunidad”, y así definir los límites “virtuales” de la misma a base de comentarios positivos, “likes” y seguidores que comparten el “contenido”. Y, a tal efecto, ya no debería extrañarnos que tales “informadores” no se preocupen por la veracidad de sus fuentes, dado que los “contenidos” ven reducir su valor a una condición que es meramente formal. De modo que ningún embuste o ninguna manipulación de los hechos podría llegar a justificar que se desmintiera la “verdad” que se suponía a tales contenidos, que no tenía que ver con el hecho en sí, sino con la interpretación asignada a la comunidad a la que se pertenece: esta es la que realmente justifica que se comparta el contenido, no su realidad. De modo que la “(pos)verdad” ya no tiene que ver con la ocurrencia o no de los hechos significados, sino al revés, con cuál es el significado que se atribuye a un hecho.

---

<sup>6</sup> No es esta, sin embargo, una posición original; véase el análisis que recientemente ha hecho la académica mexicana Margo Glantz (*Y por pensarlo todo, nada veía*) sobre el tratamiento que los grandes eventos informativos reciben en las redes sociales.

Según esto, la posverdad no sería más que el resultado de una evolución “natural” en el proceso progresivamente tecnificado de la propaganda, capaz de atender a condicionantes cada vez más vastos y elaborados. De ahí la relevancia que tales prácticas tuvieron durante el Brexit o en la carrera a la presidencia de Donald Trump, pues: “En síntesis, se trata de un recurso instrumental, sobre todo en política electoral, que rinde dividendos inmediatos” (Ríos Ortega 25). Tal es, a nuestro parecer, la relación que permite recuperar la importancia de una novela clásica como *Fahrenheit 451* con respecto a un tema tan actual como es el de la posverdad, que ha sido el foco en torno al que la reciente adaptación fílmica de Bahrani ha querido centrar su aportación:

A medida que las empresas tecnológicas consoliden su poder, imaginen lo fácil que será rescribir la entrada de Wikipedia de Benjamin Franklin para que concuerde con lo que los bomberos de la novela de Bradbury aprendieron sobre la historia del departamento de bomberos: “Establecidos en 1790 para quemar los libros de influencia inglesa de las colonias. Primer bombero: Benjamin Franklin”. De esta forma, Bradbury predijo el ascenso de los “hechos alternativos” y la era de la “posverdad”. (Bahrani “¿Por qué *Fahrenheit 451*?” en línea)

Pues, en el fondo, ¿cuál era el argumento de la novela? Bomberos que, en lugar de apagar fuegos, los provocan. Bomberos que queman libros, sinécdico incuestionable de la humana facultad de pensar. En el fondo, la cuestión de la posverdad resulta así de una inversión del afamado dicho de Voltaire según el cual “la historia la escriben los vencedores”, que genera una nueva sentencia cuyo resultado tendría la forma de un mandato. De ahí su proximidad, que no equivalencia, con el concepto y los usos de la propaganda.

### **Lo “nuevo” y lo “viejo”: ruido y subalternidad versus lectura y pensamiento**

Decía Heidegger en *Ser y tiempo* (256) que la existencia inauténtica es aquella que se pierde en la búsqueda de constantes novedades. En este sentido, es comprensible que, en la novela, también los libros puedan

simbolizar eso “viejo” frente al ansia de novedades (*Neugierigkeiten*) y la inmediatez constantes a que impulsan las redes sociales y, en general, los actuales medios de comunicación masivos. Desde este punto de vista, el tema de una novela que reivindica el valor de la *materialidad* del libro —como veremos, más que de la información que contiene— no puede dejar de leerse como el enfrentamiento, clásico por otro lado, entre lo viejo y lo nuevo; es decir, entre aquello que lucha por no desaparecer frente a las “novedades” que vienen a ocupar su lugar, a re-emplazarlo, a sustituirlo.

Solo que esta oposición no tiene que ver con ninguna controversia histórica, sino con cierto afán de recurrencia irreflexiva que enfrenta una exigencia de inmediatez novedosa a la lectura apausada, despaciosa, propia de la reflexión y, por ende, de la lectura crítica. Por eso *Fahrenheit 451* insiste en que la quema de libros es, hasta cierto punto, algo meramente accidental dentro de la fantasía distópica que ejemplifica: “Porque no hace falta quemar libros si el mundo empieza a llenarse de gente que no lee, que no aprende, que no sabe. Si el baloncesto y el fútbol inundan el mundo a través de la MTV, no se necesitan Beattys que prendan fuego al kerosén o persigan al lector” (Bradbury *Fahrenheit 12*).

En el fondo, los libros siempre se han quemado: como explica Sergio Pérez en “De la muerte del libro” (151), se trata de un rasgo inherente al propio formato. Lo novedoso del mensaje de Bradbury no radica en ese punto, pues, sino más bien en el valor que descubre en la producción de “ruido” como forma de distraer a los individuos e imposibilitar la lectura. Este ruido tiene muchas formas de aparecer a lo largo de la novela, pero una de ellas, posiblemente la más explícita, es la que se muestra en la siguiente escena: Montag trata de leer en el metro (“Un fiero susurro de arena caliente a través de la criba vacía”, y “Considera los lirios, los lirios, los lirios...”) pero no lo consigue, no porque nadie le reprenda, sino por la interferencia de los mensajes publicitarios que se anuncian con insistencia en los altavoces (“dentífrico Denham”):

Montag abrió violentamente el libro, pasó las páginas y las palpó como si fuese ciego, fijándose en la forma de las letras individuales, sin parpadear.

“Denham. Deletreando: D-e-n...”.

“No mancha, ni tampoco...”.

Un fiero susurro de arena caliente a través de la criba vacía.

¡“Denham” lo consigue!

“Considera los lirios, los lirios, los lirios...”.

“Detergente Dental Denham”.

—¡Calla, calla, calla!

Era una súplica, un grito tan terrible que Montag se encontró de pie, mientras los sorprendidos pasajeros del vagón le miraban, apartándose de aquel hombre que tenía expresión de demente, la boca contraída y reseca, el libro abierto en su puño. La gente que, un momento antes, había estado sentada, llevando con los pies el ritmo de “Dentífrico Denham”, “Duradero Detergente Dental Denham”, “Dentífrico Denham”, “Dentífrico, Dentífrico, uno, dos, uno, dos, uno dos tres, uno dos, uno dos tres. La gente cuyas bocas habían articulado apenas las palabras Dentífrico, Dentífrico, Dentífrico. La radio del “Metro” vomitó sobre Montag, como una represalia, una carga completa de música compuesta de hojalata, cobre, plata, cromo y latón. La gente era forzada a la sumisión; no huía, no había sitio donde huir; el gran convoy neumático se hundió en la tierra dentro de su tubo. (78)

El pasaje es brillante no solo por la confusión que es capaz de producir en el lector, expresión de la propia dificultad que encuentra Montag para leer su libro de poemas, sino porque ilustra perfectamente cómo la misma “información” puede ponerse al servicio de una cierta revelación del pensamiento o convertirse, por el contrario, en el caldo de cultivo más propicio para la configuración subjetiva de la docilidad.

En este sentido, la novela ofrece elementos suficientes para concluir que la lectura “en sí” no es lo que se persigue en esta sociedad totalitaria, sino un cierto tipo de lectura. Así, en diversos momentos aparecen ciertos “libros”, como el libro-guía de los bomberos (que explica, entre otras cosas, la falsa historia de su origen). Incluso Mildred aparece como una “lectora” cuando Montag la encuentra con un guion cinematográfico en las manos: un guion que debe memorizar para poner en práctica una especie de relato interactivo;

nueva “premonición” o avanzadilla, tanto de los actuales videojuegos, como de las redes sociales:

—Bueno, se trata de una obra que transmitirán en circuito moral dentro de diez minutos. Esta mañana me han enviado mi papel por correo. Yo les había enviado varias tapas de cajas. Ellos escriben el guión con un papel en blanco. Se trata de una nueva idea. La concursante, o sea yo, ha de recitar ese papel. Cuando llega el momento de decir las líneas que faltan, todos me miran desde las tres paredes, y yo las digo. Aquí, por ejemplo, el hombre dice: “¿Qué te parece esta idea, Helen?” Y me mira mientras yo estoy sentada aquí en el centro del escenario, ¿comprendes? Y yo replico, replico... —Hizo una pausa y, con el dedo, buscó una línea del guión. “¡Creo que es estupenda!” Y así continúan con la obra hasta que él dice: “¿Está de acuerdo con esto, Helen?”, y yo “¡Claro que sí!” ¿Verdad que es divertido, Guy? (28-29)

El juego consiste, entonces, en responder lo que la máquina ya le había ordenado previamente. Pero, entonces, ni la máquina “habla” ni Mildred responde, sino que lo que ocurre es, más bien, que la máquina da el pie, y que Mildred se limita a replicar. El sujeto se convierte de este modo en “replicante” de la máquina —curioso recuerdo de otra ínclita distopía (Dick ¿*Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*)—, en robot del robot; algo que se acentúa mediante las urgencias que impone el propio proceso, pues, aunque el texto que tiene que aprenderse Mildred no es gran cosa, debe ponerlo en práctica “dentro de diez minutos”, según sus propias palabras. Gracias a ello, no hay lugar para el pensamiento ni la reflexión. No hay lugar, ni siquiera, para que pueda resultarle “aburrido”.

Este es uno de los aspectos que, según nos parece, invita a relacionar este episodio de la novela con el fenómeno actual de las redes sociales. Pues el aburrimiento, como explicó Heidegger, es un existencial que implica cierta estancia del individuo en una temporalidad que es tiempo de espera: “un salir más allá de sí, un hallarse en suspenso” (Moreno Claros 229). Así, se trata de la situación contraria a la impulsada por la exigencia repetitiva característica de estos nuevos medios de comunicación, que no dan lugar a otras respuestas que no sean las meramente formales, como ocurre con los

“Me gusta” o la propia posibilidad de “compartir” determinados contenidos (que a su vez, según hemos analizado, ni siquiera es preciso haber leído).

Este es, en realidad, el significado profundo de la “diversión” que Mildred atribuye al artificio que describe. Sin embargo, como contrapartida, a nuestro parecer tales condiciones convierten a este personaje en lo que en los estudios culturales (especialmente a partir de los análisis de Gayatri Chakravorty Spivak) se conoce como “subalterno”, es decir, “aquel o aquella que más que actuar, sufre las acciones de otros” (Asensi *Crítica y sabotaje* 319). En coherencia con esta definición, Asensi lo designa como aquel personaje en la sociedad cuyos actos “son re-acciones más que acciones”. En efecto, por lo que nos cuenta, su papel en el juego la limita a la situación de una mera espectadora que, ocasionalmente, debe dar su consentimiento a la trama con la única intención de que esta prosiga un cauce preestablecido. Mildred no tiene posibilidad efectiva de decidir, más allá de esta exigencia formal de consentir, de dar “like”, a la que no puede negarse.

Por ello, el único objetivo de semejante “trama” parece que no puede ser otro que el de buscar la aceptación y el reconocimiento, el “sí” por parte de este subalterno al que no se le consiente un decir propio, sino que es amaestrado para la aceptación de una versión que se ha olvidado de los propios hechos a los que remite. Así, Montag insiste en inquirir a Mildred acerca de cuál es el *tema* de la tal “obra”, pero a ella no se le ocurre otra cosa que recitar los *nombres* de estos interlocutores ficticios con los que intercambia este juego de réplicas: “¿De qué trata la obra?”, “Acabo de decírtelo. Están esas personas llamadas Bob, Ruth y Helen” (29).

De esta forma, Mildred sustituye el contenido del mensaje, que se vuelve trivial, por los nombres de una serie de “otros” ficticios, que tienen el objeto de disimular a la propia maquinaria que persiste detrás de toda esta mascarada. Prosiguiendo nuestra comparación con las redes sociales, tales

nombres parecen aludir a las “caras” de los (presuntos) amigos y familiares<sup>7</sup> que, en rigor, no tienen otra función que la de camuflar y hacernos “hospitalarias” las secuencias de logaritmos ocultos, que son las que verdaderamente “deciden” qué contenidos consumimos y cuáles no.

Tras los mensajes no hay autoría, al menos no otra que la de la propia máquina. El contenido es, por lo mismo, lo de menos en este juego (pseudo)intersubjetivo de las actuales redes sociales, que convierten la realidad en una suerte de “videojuego” en el que los sujetos pensantes se disuelven y desaparecen tras las constantes “réplicas”, perfilando los límites de una situación que —en tanto que intersubjetiva— es meramente ficticia, ya que se limita a colocar a sus participantes en “diálogo” con ficciones repetidoras que solo buscan producir e incluso exigir la aceptación.<sup>8</sup>

Volvemos así a la cuestión de la *formalidad*, característica que señalábamos como esencial para descubrir la relación íntima entre las redes sociales y el concepto de “posverdad”. En el mismo sentido, Bradbury opone como lo definitorio del libro (y por lo mismo aquello que lo hace “peligroso” en contraste con la obra interactiva de Mildred) una cualidad que denomina

---

<sup>7</sup> “Familia” es el nombre que recibe en otros pasajes de la novela el artificio ideado por Bradbury, por ejemplo en el siguiente: “Clara, vamos, Clara —suplicó Mildred, tirando de un brazo de su amiga—. Vamos, mostrémonos alegres, conecta ahora la ‘familia’. Adelante. Riamos y seamos felices. Vamos, deja de llorar, estamos celebrando una reunión” (98).

<sup>8</sup> En este sentido, el “teatro” ingeniado por Bradbury parece predecir también algunos de los juegos que el uso de aplicaciones de mensajería *instantánea* tipo Facebook y, especialmente, WhatsApp, ha traído en forma de nuevo peligro para la salud (mental y física) de niños y adolescentes: los conocidos *Momo*, *La ballena azul*, *Olivia* o *El abecedario del diablo*, entre otros. En ellos, un líder anónimo se presenta a los usuarios y les pone pruebas de exigencia creciente, que alcanzan su colofón cuando se les pide alguna forma de automutilación que puede llegar a culminar en la muerte. La respuesta a las pruebas incluye un componente de aceptación sumisa, que es al mismo tiempo negación de la propia voz y de la propia voluntad, del propio deseo. Están relacionadas, así, con la descarnación del propio cuerpo y la propia vida, con el sacrificio de los propios valores en favor de las exigencias de un líder abstracto (según lo analiza José Ramón Ubieta 78-79). Eso es precisamente lo que ocurre en esta escena, en la que Mildred ni siquiera tiene que prestar atención a qué se dice, sino a los momentos en los que debe otorgar su consentimiento, posicionarse en favor de una versión de los hechos, limitar su cuerpo entero, que está más allá de lo virtual, pero también bajo las exigencias de “eso” virtual y de su imperativo abstracto, que no tiene más mandato que el del sometimiento. Porque cuáles sean esos hechos, cuál sea la versión, si tal es verdad o es mentira, eso es lo de menos. La cuestión es decir “sí, estoy de acuerdo”, mediante una respuesta que, por inmediata, no deja espacio para el pensamiento.

“textura”, es decir, el hecho de que tenga “poros”, que tenga distintas “facciones”, que sea susceptible de ser interpretado y no meramente interpelado:<sup>9</sup>

¿Sabe por qué libros como éste son tan importantes? Porque tienen calidad. Y, ¿qué significa la palabra calidad? Para mí, significa textura. Este libro tiene poros, tiene facciones. Este libro puede colocarse bajo el microscopio. A través de la lente encontraría vida, huellas del pasado en infinita profusión. Cuantos más poros, más detalles de la vida verídicamente registrados puede obtener de cada hoja de papel, cuanto más “literario” se vea. En todo caso, ésa es mi definición. Detalle revelador. Detalle reciente [...]. (81)

Algo que no tiene “textura” es meramente su contenido informativo. Algo que no tiene textura es puramente formal. Fernando Báez propone una interpretación particular para la significación de las quemaduras de libros, a su decir “evidente”: reducir “el espíritu de una obra a [su] materia” (citado por Gruber 106). Esto hace que produzcan ese efecto “fascinante” en el que incide el capítulo introductorio de la novela (titulado “Era estupendo quemar”): “Es un buen trabajo. El lunes quema a Millay, el miércoles a Whitman, el viernes a Faulkner” (18). En este sentido, “quemar” podría interpretarse como una forma específica de “ver” o de “mirar”: un “mirar” con “otra luz”, luz del fuego que iguala y aniquila las diferencias en lugar de resaltarlas; una luz que vuelve homogéneas a las cosas sobre las que se proyecta, pues las “vacía” de esa “textura”, de esos “poros” y “facciones” que eran las que las distinguían como cosas únicas, para convertirlas así en pura materia, mero material de desecho.

---

<sup>9</sup> En este punto, no puede eludirse la impresión de que la apología del libro en *Fahrenheit 451* podría traducirse como la reivindicación del significante frente al significado, particularmente de acuerdo a los análisis que sirven a Lacan para distinguir al psicoanálisis de otras propuestas hermenéuticas como las de Ricoeur o Gadamer —como se muestra en los análisis de Rosario Herrera Guido (161-189)—. En efecto, ¿qué es el significante? Lo material, lo que se puede recitar, lo que tiene “tacto” y “textura”. En el significante se ven, por ello, las contradicciones, mientras que toda búsqueda del significado trataría de reunir las en una construcción dialéctica que no solo pretende “superar” las contrariedades, sino que además las “cancela” (como evidencia el doble sentido del término alemán *Aufhebung*, característico de la *Fenomenología* hegeliana).

## Conclusión

Empezamos este artículo preguntándonos acerca de cuáles eran los condicionantes que permitían definir el concepto de posverdad; un término que, aunque confuso, aparece de forma ubicua en el análisis sociopolítico actual. Pues bien, si algo puede deducirse de la novela de Bradbury es que la posverdad no es solamente un fenómeno informativo, sino que tiene que ver de forma decisiva con una situación en la que los libros han perdido su textura, su densidad.

Bradbury llama a este aspecto “calidad”. Creemos que elige este término porque con él justifica una cierta deferencia por el *valor* de lo que los libros contienen. Responde con ello a una consideración, típica de la posverdad, que hace prevalecer los aspectos técnicos y formales sobre todo otro tipo de cualidades estéticas o filosóficas. Desde la posverdad, todo lo que no sea cuantificable se nos antoja “inútil”. Sin embargo, tal vez sea esa “inutilidad” la que hace de la lectura una experiencia única y auténticamente transformadora, una experiencia que para las autoridades de una sociedad distópica no puede resultar sino “peligrosa”, por lo que conlleva de fomentar subjetividades desvinculadas, subjetividades capaces de *esperar*, antes de ofrecer una respuesta que sea algo más que una mera réplica, fácilmente manipulable y enteramente irreflexiva.

Pese a todo, tal vez haya algo de razón en aquello de que “en lo peligroso crece lo que salva”. Y a la “salvación” la encuentra Bradbury en una solución que puede resultar desconcertante, dadas las tintas que hemos cargado en torno a la cuestión de la materialidad del texto como salvaguarda de la lectura: Montag, el protagonista de la novela, consigue escapar y acude al encuentro de un pequeño grupo de resistencia; pero, para su sorpresa, se trata de un grupo de “viejos”, es decir, de gente con “memoria”, gente con “historia”, “sujetos pensantes” distintos a todo lo que Montag había conocido con anterioridad. Un “ejército” semejante no parece el más adecuado para luchar. ¿Qué es lo que hacen, entonces?

—[...] También nosotros quemamos libros. Los leemos y los quemamos, por miedo a que los encuentren. Registrarlos en microfilm no hubiese resultado. Siempre estamos viajando, y no queremos enterrar la película y regresar después por ella. Siempre existe el riesgo de ser descubiertos. Mejor es guardarlo todo en la cabeza, donde nadie pueda verlo ni sospechar su existencia. Todos somos fragmentos de Historia, de Literatura y de Ley Internacional, Byron, Tom Paine, Maquiavelo o Cristo, todo está aquí. Y ya va siendo tarde. Y la guerra ha empezado. Y estamos aquí, y la ciudad está allí, envuelta en su abrigo de un millar de colores [...]. (139)

Ellos, como las mangueras incendiarias de los bomberos, “queman” los libros, pero lo hacen para salvarlos, es decir, rescatan de ellos su información. Solo que lo hacen de una manera muy peculiar: memorizan su contenido hasta identificarse con el mismo. Un libro por cabeza; a veces, ni siquiera tanto: “Yo soy *La República* de Platón. ¿Desea leer Marco Aurelio? Mr. Simmons es Marco”. De esta manera, les devuelven de inmediato a una materialidad que es la de sus propios cuerpos.

Y, tras eso, esperan. Esperan sin dar una respuesta apresurada que podría deformar al libro y privarlo de su “calidad”, convirtiendo así las palabras en mera información, formal y replicante. Montag, al que le cuesta comprenderlo, protesta: “¡Pero si ya he tratado de recordar!”; a lo que le contestan, para tranquilizarle: “No lo intente. Vendrá cuando lo necesitemos. Nosotros tenemos memorias fotográficas, pero pasamos la vida entera aprendiendo a olvidar cosas que en realidad están dentro” (139).<sup>10</sup> Se reivindica así el poder que representan la memoria y la reflexión frente a una forma de comunicación que, en rigor, es mero afán consumista.

---

<sup>10</sup> “Memorias fotográficas” que no pueden sino recordar la concepción del “aparato mnémico” en la obra de Freud: “Cuando desconfiamos de nuestra memoria —desconfianza que alcanza gran intensidad en los neuróticos, pero que también está justificada en los normales— podemos complementar y asegurar esta función por medio de anotaciones gráficas. La superficie que conserva estas anotaciones, pizarra u hoja de papel, es entonces como una parte materializada del aparato mnémico que llevamos, invisible, en nosotros. Nos bastará, pues, saber el lugar en el que se halla el ‘recuerdo’ así fijado para volverlo a ‘reproducir’ a voluntad, con la certeza de que ha permanecido invariable [...]” (“El block maravilloso” 2808).

Esperar. Esperar antes de responder; esperar en un esfuerzo por no olvidar todo lo que alguna vez hemos leído; esperar y escapar de la vorágine: tal es la receta contra la posverdad que puede rescatarse de *Fahrenheit 451*.

## **Bibliografía**

Anderson, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE, 2006. Traducido por Eduardo L. Suárez.

Arranz, Rubén. “La dictadura del 'clic' o de cómo vender amarillismo y casquería por audiencia”. *VozPópuli*, 12/08/2017. En línea. Fecha de acceso: 16/04/2019. [https://www.vozpopuli.com/medios/dictadura-perder-norte-chascarrillos-casqueria\\_0\\_1052895477.html](https://www.vozpopuli.com/medios/dictadura-perder-norte-chascarrillos-casqueria_0_1052895477.html)

Asensi Pérez, Manuel. *Crítica y sabotaje*. Barcelona: Anthropos, 2011.

---. “Modelos de mundo y lectores/as desobedientes”. *Anthropos. Cuadernos de cultura crítica y conocimiento* 237 (2013): 17-30. Medio impreso.

Báez, Fernando. *Historia universal de la destrucción de los libros. De las tablillas sumerias a la guerra de Irak*. Buenos Aires: Sudamericana, 2005.

Bahrani, Ramin. *Fahrenheit 451*. Estados Unidos de América: HBO Films, 2018. Film.

---. “Por qué *Fahrenheit 451* representa nuestra era de redes sociales”. *The New York Times*, 14/05/2018. En línea. Fecha de acceso: 16/01/2019. <https://www.nytimes.com/es/2018/05/14/fahrenheit-451-hbo-ray-bradbury/>

Bradbury, Ray. *Fahrenheit 451*. Almería: Ediciones Perdidas, 2006. Traducido por Alfredo Crespo López.

Cruz, Manuel. “Crítica de la razón chungu”. *El País*, 24/06/2017. En línea. Fecha de acceso: 10/04/2019. [https://elpais.com/elpais/2017/05/04/opinion/1493925053\\_867174.html](https://elpais.com/elpais/2017/05/04/opinion/1493925053_867174.html).

Dick, Philip K. *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* Barcelona: Edhasa, 2000. Traducido por César Terrón.

Flichtentrei, Daniel. "Posverdad: la ciencia y sus demonios". *Intramed*, 02/05/2017. En línea. Fecha de acceso: 20/04/2018. <http://www.intramed.net/contenidover.asp?contenidoID=90809>

Freud, Sigmund. "El block maravilloso (1924 [1925])". *Obras completas IV*, Barcelona: Biblioteca Nueva-RBA, 2003. Traducido por Luis López-Ballesteros y de Torres.

---. "El tabú de la virginidad (1917 [1918])". *Obras completas IV*, Barcelona: Biblioteca Nueva-RBA, 2003. Luis López-Ballesteros y de Torres.

Gascón, Daniel, "Entrevista a Arcadi Espada. 'La verdad es un bien común y debe ser protegida'". *Letras Libres*, 17/04/2017. En línea. Fecha de acceso: 23/04/2019. <https://www.letraslibres.com/espana-mexico/revista/entrevista-arcadi-espada-la-verdad-es-un-bien-comun-y-debe-ser-protegida>

Glantz, Margo. *Y por pensarlo todo, nada veía*. México: UNAM-Sexto Piso, 2018.

Gruber, Mónica Viviana Fanny. "El día que prohibieron los libros: reflexiones sobre *Fahrenheit 451*", *Ágora UNLAR: Revista científica del Departamento Académico de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Nacional de La Rioja* 3 (5), 2018: 102-110. En línea. Fecha de acceso: 23/03/2019. <https://revistaelectronica.unlar.edu.ar/index.php/agoraunlar/article/view/438/393>

Gutiérrez, Alfonso. "Sobre usos y abusos de las nuevas tecnologías". *Cuadernos de pedagogía* 343, 2005: 61-64. Medio impreso.

Ignatieff, Michael. *El honor del guerrero: guerra étnica y conciencia moderna*. Madrid: Taurus, 1999. Traducido por Pepa Linares.

Heidegger, Martin. *Ser y tiempo*. Barcelona: FCE-RBA, 2004.

Herrera Guido, Rosario. "Paul Ricoeur: hermenéutica y psicoanálisis". *Devenires* III.5, 2002: 161-189. Medio impreso.

Morales Campos, Estela (ed.). *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM, 2018.

Moreno Claros, Luis Fernando. *Martin Heidegger*. Madrid: Edaf, 2002.

Parker, Trey et al. *Southpark*. Estados Unidos de América: Braniff Productions-Parker Stone Studios (productora), Comedy Central (distribuidora), 1997. Film.

Pérez, Sergio. “De la muerte del libro al e-book. Cambios de formato, crisis de sentido”. *Enunciación* 20 (1), 2015: 151-161. Medio impreso.

Orwell, George. 1984. Caracas: Lucemar Bilingüe, 2018. Traducido por Pedro Villalobos.

Ramoneda, Josep. “Posverdad y propaganda”. *El País*, 02/07/ 2017. En línea. Fecha de acceso: 01/01/2019. [https://elpais.com/ccaa/2017/07/01/catalunya/1498927868\\_865606.html](https://elpais.com/ccaa/2017/07/01/catalunya/1498927868_865606.html)

Ramos Chávez, Héctor Alejandro. “La era de la posverdad en la sociedad del riesgo”. *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*. Ed. Estela Morales Campos. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM, 2018. 61-80.

Ríos Ortega, Jaime. “Comunicación apelativa versus información validada”. Ed. Esteban Morales Campos. *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM, 2018. 3-28.

Santagada, Miguel Ángel. “El espacio fantasmático en la era de la posverdad”. Ed. Hernán Murano et al. *La condición humana en la era de la posverdad: V Jornadas sobre políticas educativas en Filosofía Gregorio Weinberg*. Buenos Aires: Biblos, 2018. 79-90.

Técuatl Quechol, María Graciela Martha. “La información: entre la verdad y la posverdad”. Ed. Estela Morales Campos. *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM, 2018. 29-57.

Ubieto, José Ramón. “Las pantallas y el cuerpo”. *Freudiana* 80, 2017: 75-80. Medio impreso.