

Posverdad y falsa conciencia:

La representación de Venezuela en la sociedad del espectáculo

“El espectáculo, como organización social presente de la parálisis de la historia y de la memoria, del abandono de la historia que se erige sobre la base del tiempo histórico, es la falsa conciencia del tiempo.” Debord Guy, La sociedad del espectáculo, 1967¹.

Por Ayelén Correa Ruau

Son las 8 de la noche y en un comedor de una casa argentina, una pareja de jubilados mira un programa enlatado de preguntas y respuestas. El conductor trajeado pregunta a la joven concursante:

- ¿Cómo se llama la casa de gobierno de Venezuela?
- Miraflores – fue la respuesta acertada y sin titubeos.

En el hogar fuera de la televisión, la pareja de jubilados también había respondido correctamente. ¿En qué momento Venezuela pasó a ser un tema para las transnacionales de medios de comunicación? ¿cuándo se convirtió en lenguaje familiar de las audiencias del continente? ¿Cómo se constituyó en universo de sentido propio tan velozmente? ¿Es Venezuela lo que se conoce?

Sabíamos que en Venezuela estaba la Isla Margarita. O, más apropiadamente, nos enterábamos de casualidad que la Isla Margarita estaba en Venezuela. También se sabía que Catherine Fulop, Ricardo Montaner y el “puma” José Luis Rodríguez eran de por allá. Que hacían telenovelas que nunca encontraban rating en los canales importantes de aire. Conocíamos de la existencia televisada de una popular competencia de belleza entre mujeres llamada Miss Venezuela, destacada en Miss Universo, el certamen mundial.

Después, medio al pasar, se supo que un militar gobernaba el país. Se supo más cuando ese hombre se mostró en público con una serie de presidentes latinoamericanos y con el legendario Fidel Castro. Aunque comenzaba a ser noticia, no estaba en agenda permanente y no había llegado a los niveles de espectacularización vigentes.

Luego del fallecimiento del presidente Hugo Chávez Frías, en marzo de 2013, Venezuela comenzó a ser un tema recurrente en los medios de comunicación masivos, las plataformas multimediales y las redes sociales. Minutos de aire, millones de caracteres, fotos y videos anacrónicos comenzaron a inundar el universo de significados sobre lo que se etiquetó como #CrisisEnVenezuela. Un juego de

¹ La Sociedad del Espectáculo, 1967, Revista Observaciones filosóficas, Capítulo 6 “El tiempo espectacular”, Apartado 158, página 52.

equivalencias que grafica a Venezuela como esos territorios inhóspitos y en guerra permanente, inexplicable en su complejidad pero identificable en su mensaje publicitario: crisis, caos, dictadura, socialismo.

Desde entonces, la maquinaria discursiva que crea y recrea a “Venezuela” todos los días, se ha complejizado y desarrollado un sistema específico para esta realidad construida.

Este ensayo se propone indagar sobre cómo *la mediatización de la realidad de Venezuela* ha reemplazado eficazmente la realidad de Venezuela, a partir de la cobertura que realizaron medios de comunicación y que difundieron a través de sus plataformas y redes sociales sobre el incendio de camiones que supuestamente transportaban “ayuda humanitaria” en un paso fronterizo entre Venezuela y Colombia a principios de 2019.

En la sociedad del espectáculo, todo lo vivido es una acumulación de espectáculos que se intercambian con la realidad a la que representan. Como mercancía del espectáculo, *Venezuela*, es dotada de una serie de ideas y significados que la crean y recrean: violación de derechos humanos, dictadura, caos, hambre, corrupción, inflación, inseguridad, entre los más destacados. Todos articulados, juntos o separados, representan la *Venezuela en crisis, en caos o conflicto*.

Venezuela se simplifica, publicita. *Venezuela* encuentra su equivalente en *crisis*. La representación de *Venezuela* niega a Venezuela, escondiendo la verdad profana de Venezuela, la que no se vende en la sociedad del espectáculo: el potencial energético y de bienes comunes que posee, las intenciones geopolíticas del narcotráfico colombiano y mexicano en el territorio venezolano.

Venezuela como representación de las fuerzas sociales en pugna, posee un papel en la geopolítica global representando a una sociedad contradictoria.

Y como espectáculo, *Venezuela* se tiene que sostener y recrear para seguir existiendo, por ello se producen pseudoacontecimientos amplificadas por las llamadas fake news (falsas noticias) y las posverdades. *Venezuela* necesitaba los sucesos del 23 de febrero de 2019; lo que haya sucedido en la realidad no tiene lugar en la sociedad del espectáculo, porque la realidad fue reemplazada por su representación: *Venezuela en crisis*, o intercambiado: *crisis en Venezuela*.

La “ayuda humanitaria” que Maduro envolvió en llamas

La información tenía lo necesario para seguir aportando al espectáculo *Venezuela*: Maduro, el dictador de un régimen autoritario incendiaba los alimentos y medicina para la población venezolana en hambruna. Una persona sin escrúpulos que se oponía a la imagen de referentes de la oposición política local, llamados “voluntarios” (en masculino) que sí “luchaban” por el bienestar de lxs venezolanxs. CNN en Español² y NTN24 difundieron a través de su plataforma y red social,

² Cobertura CNN en español 23 de febrero: <https://cnnespanol.cnn.com/video/colectivos-perdigones-camiones-ataque-policia-wt-fernando-del-rincon-ayuda-humanitaria-venezuela/>

respectivamente, las primeras imágenes que dibujaban la escena: 23 de febrero de 2019, Puente Internacional Francisco de Paula Santander, frontera con Colombia, organismos de seguridad del Estado venezolano, siguiendo órdenes del presidente Nicolás Maduro, habían incendiado camiones con supuesta “ayuda humanitaria” que intentaban ingresar al país³.

Rápidamente, esta información fue legitimada y levantada a través de la cuenta Twitter de Juan Guaidó -autoproclamado presidente de Venezuela- junto a un video que responsabilizaba al gobierno del incendio. Le siguieron los tweets⁴ de autoridades del gobierno de los EE.UU. como Marco Rubio (senador republicano por Florida), Jhon Bolton (asesor de Seguridad Nacional), Mark Green (Gerente de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional -USAID-, por sus siglas en inglés) y Mark Pompeo (Secretario de Estado).

Fue el mismo New York Times⁵ quien en una investigación -quince días después- cuestionó a los funcionarios de su país por no chequear la información, mostrando que había sido una bomba molotov de los “voluntarios” que se encontraba del lado colombiano, la que había provocado el incendio. El daño ya estaba hecho. Hoy, se cree que Maduro, en un acto de irracionalidad totalitaria, incendió unos camiones con comida y medicamentos.

Usaremos este ejemplo para analizar el escenario actual, revisitándolo desde la mirada de la *sociedad del espectáculo* (Debord, 1967) en el contexto del traspaso de los medios a las plataformas, con una idea vieja presentada como novedosa: la *posverdad*. Ensayando que el escenario de la posverdad es el de la sociedad del espectáculo, un presente con la historia y la memoria paralizadas; la posverdad es la falsa conciencia del tiempo vivido. Coincido con Mazzone Vivas (2018) en que el periodismo y la comunicación avalaron muy rápidamente la idea de posverdad y fake news, como fenómenos inevitables, naturalizando su artificio y otorgándole un “espacio” en la producción de discursos. Del mismo modo, acuerdo con Juan Clavero (2018) en que ni posverdad ni fake news son algo nuevo, pero internet y el auge de las plataformas de uso masivo está generando transformaciones aun poco atendidas.

¿A alguien le interesaba saber qué pasó realmente el 23 de febrero en el Puente Internacional? ¿Hay algún costo político, social, cultural para quienes legitimaron la mentira? ¿Qué sucede con las miles de personas que toman como referentes a quienes difunden la desinformación? ¿Cómo se convive

<https://www.youtube.com/watch?v=ET9B8QH3m8>

Fernando del Rincón tiene trayectoria en escenificar coberturas en Venezuela como si fueran ficción. Sobre su rol en los sucesos de violencia política de 2014 en el mismo territorio se puede ver el documental “Guarimbas Táchira 2014”: https://www.youtube.com/watch?v=Iu_2oShlF7Q

3 Para una contextualización ver “Crónica de una intervención fallida” de Tatuy TV: https://www.youtube.com/watch?v=p7R4_Q7ORCU

4 Por orden cronológico de publicación.

5 Investigación publicada en el sitio web de The New York Times en español el 10 de marzo de 2019 <https://www.nytimes.com/es/2019/03/10/venezuela-ayuda-incendiada/>

con la posverdad? ¿Cómo opera la ideología dominante y el mainstream mediático en la Venezuela representada?

Venezuela en la sociedad de las plataformas

Internet ha llevado la velocidad y cantidad de información a niveles imposibles de controlar, verificar o comprobar. La información ya no está en un medio o un editor sino en millones de usuarios que usan el don de la ubicuidad para difundirla y hacerla pública. Esta fluidez hace imposible pensar la verdad desde los lugares que lo hacían las escuelas clásicas del periodismo y el método científico. Las relaciones entre las audiencias y la información, por su parte, ya no están determinadas por la verdad sino por su fluidez. Informaciones que se convierten en realidades que no llegan a ser verdades completas pero que ofician de ella, porque el tiempo y los algoritmos de las plataformas no pueden -¿Quieren?- esperarla.

Verdades chiquitas, cortas, parciales, verdades desaparecidas.

Parece estar claro que no conocemos Venezuela sino la mediatización de la realidad de *Venezuela*, que no solamente es algo diferente sino completamente opuesto. Su espectacularización representa la antítesis ideológica de sí misma.

Venezuela no existía en la industria cultural internacional hasta que fue mediatizada y espectacularizada. Y existe porque es espectáculo de la ideología dominante, como mercancía de la sociedad del espectáculo. *Venezuela* con sus equivalencias de dictadura y crisis, presentadas en copetes y volantas, convertidas en etiquetas en el mundo de las plataformas. En este contexto, cualquier fake news que presente hambre, violencia o violación de DD.HH. en Venezuela encontrará el lugar de posverdad para las audiencias. Que reconocen y comprenden en esos atributos el equivalente de *Venezuela* y lo usan como recordatorio en el largo plazo.

Si prestamos atención al acontecimiento del 23 de febrero, la posverdad dice que Maduro incendió camiones colmados de comida y medicamentos. En esta oportunidad, un punto de partida fueron medios de comunicación: CNN en español y NTN24⁶ (un canal colombiano que tiene una plataforma dedicada a Venezuela). Es decir que la fuente de las fake news fueron medios -y sus plataformas- que tienen una referencia como “informativos” para las audiencias: hacer un retweet o compartir una publicación de estas fuentes tiene legitimidad. “La conciencia espectacular, prisionera en un universo degradado, reducido por la pantalla del espectáculo detrás de la cual ha sido deportada su propia vida, no conoce más que los interlocutores ficticios que le hablan unilateralmente de su mercancía y de la política de su mercancía” (Debord, 1967).

6 <https://twitter.com/NTN24ve/status/1099420337266135041>

El otro punto de partida fue la cuenta personal de Twitter⁷ de Juan Guaidó, autoproclamado presidente de Venezuela, que había lanzado días atrás una campaña pública⁸ sobre el traslado de insumos desde EE.UU. a Venezuela. El mismo 23 de febrero se mostró protagonizando la intentona forzosa de ingresar los camiones al territorio venezolano. Además de publicar un video donde se ve el incendio, agrega un texto acusador al gobierno venezolano. Él mismo esa tarde, estaría con el presidente colombiano Iván Duque y el Secretario General de la OEA, el uruguayo Luis Almagro, dando una conferencia de prensa y reafirmando su posverdad.

La fake news se propagó entonces por una vocería autorizada⁹ para aportar al espectáculo *Venezuela*: Juan Guaidó, ícono provisorio de la oposición al gobierno venezolano. Así como por los videos en línea de CNN en español y NTN24, que aportan una escenificación de *Venezuela* trascendental para la mediatización de su realidad: símbolos (fuego, humo), vivos agitados, personajes (voluntarios de un lado, grupos armados violentos del otro) hombres y mujeres comunes con un micrófono y una cámara en frente para decir lo que se les antoje con total libertad y legitimación.

En los videos del 23 de febrero, se ve a Fernando del Rincón, el cronistartista de CNN en español, moviéndose agazapado entre los camiones y “los voluntarios”, dando indicaciones sobre qué hacer y haciendo silencios para amplificar la consigna “Sí se puede” de los presentes; se iba volviendo transparente al perder toda compostura de imparcialidad. Mintió al afirmar que estaba en territorio venezolano, cuando estaba en Colombia; sobre el incendio dijo que no sabía si era “casualidad, un accidente o propósito”.

Durante esa misma jornada, CNN en español también tenía presente al periodista Fernando Ramos¹⁰. El video que luego subieron a la web, lo muestra en un contexto de desborde de la situación, afectado por las supuestas bombas lacrimógenas que “las fuerzas de seguridad del lado venezolano estaban usando”. Ramos casi no mira a la cámara, los únicos gestos que mantiene es taparse la boca y sostener el micrófono, que dando vueltas sobre sí mismo intenta enchufar en cualquier persona. Como si fuera poco, otro hombre aparece en escena todo el tiempo, colocando un pañuelo con algo para oler que acerca a todo el mundo sin pedir permiso.

Aun por ridícula que parezca la escena, no deja de representar un escenario caótico para las audiencias; intercalada con personas que lloran -con lentes de sol-, otras que muestran heridas y

7 <https://twitter.com/jguaido/status/1099390816265650176?lang=en>

8 <https://cnnespanol.cnn.com/video/guaido-fecha-ayuda-humanitaria-dia-juventud-venezuela-oposicion-oficialismo-kl-osmary-herandez/>

9 Plataformas de medios en Argentina afirman que los camiones fueron incendiados por orden de Maduro, aun cuando Telesur ya había difundido imágenes que decían lo contrario:

<https://www.infobae.com/america/venezuela/2019/02/23/juan-guaido-denuncio-que-el-regimen-de-nicolas-maduro-incendio-uno-de-los-camiones-con-ayuda-humanitaria/>

<https://www.eldia.com/nota/2019-2-23-14-59-0-vivo-entro-el-primer-camion-con-ayuda-desde-brasil-y-pusieron-en-marcha-envios-de-colombia-el-mundo>

10 <https://cnnespanol.cnn.com/video/gases-lacrimogenos-ataque-contravoluntarios-live-fernando-ramos-brk-ayuda-humanitaria-venezuela/>

hablan del “réeeegimen” en alusión al sistema de gobierno que representa Nicolás Maduro. “Los pseudoacontecimientos que se presentan en la dramatización espectacular no han sido vividos por quienes han sido informados de ellos; y además se pierden en la inflación de su reemplazamiento precipitado a cada pulsación de la maquinaria espectacular.” (Debord, 1967)

Recién luego de la difusión de la investigación audiovisual de The New York Times el 10 de marzo, CNN publicaría en su plataforma la realidad de lo sucedido el 23 de febrero. Aunque sin retirar de circulación los videos que aportan a la línea narrativa de #MaduroIncendióAyudaHumanitaria. ¿Cuánto será el aporte económico que la mercancía *Venezuela* representa para las trasnacionales de medios?

El tiempo de la posverdad como falsa conciencia

En este tiempo, la sociedad del espectáculo tiene un reloj aún más exigente que la primera mirada del situacionista Guy Debord. Hoy, es una circuladora de información en serie multiplicada, requiere un gran caudal de información circulante para abastecer todos los niveles, direcciones y pluralidades que asisten a la web 2.0. Esta exigencia requiere de interacciones mediatizadas a través de contenidos reproducidos por inteligencia artificial, fotos y videos anacrónicos, desterritorializados; noticias que podrían ser verdaderas y aquellas que son falsas desde nacimiento. Pareciera que las fake news y la posverdad en auge son la máxima expresión de una sociedad de la información hiper controlada que no informa sobre la realidad, sino que crea una realidad a través de la representación del espectáculo.

Como afirma Fernández García (2017): “en cada época se han utilizado los medios existentes para difundir propaganda y falsedades, para informar o desinformar. Actualmente, la web ha cambiado la dinámica de la transmisión de la información y los hechos se mezclan con verdades y mentiras para generar mezclas informativas que impulsan y multiplican la especulación y el entretenimiento.” El potencial de internet no trajo el acceso a las verdades de todos desde todos los lugares, creo un espacio virtual para establecer la falsa conciencia del tiempo. Las fake news y la posverdad representan la apuesta al engaño naturalizado e incorporado, al mismo tiempo que visibilizan la intencionalidad de la información y desinformación en un tiempo y espacio situado. “La verdad de esta sociedad no es otra cosa que la negación de esta sociedad.” (Debord, 1967)

Desde que Venezuela recuperó cierta soberanía sobre su territorio, la posverdad ha jugado tenazmente para dejar planteado lo que hoy significa *Venezuela* para las audiencias. En los hechos: el incendio de los camiones no fue en Venezuela sino en Colombia, el mismo 23 Telesur y autoridades del gobierno difundieron en sus plataformas imágenes aéreas que mostraban la ubicación de los camiones y la distancia considerable de los organismos de seguridad; los camiones no tenían autorización de entrar porque el Estado venezolano lo decidió; se sabía públicamente que

actores políticos (Guaidó, Almagro, Duque) que promueven un golpe de Estado organizaban esta acción -como tantas otras- para producir acontecimientos para la sociedad del espectáculo. Además, el incendio no lo provocó el gobierno de Maduro sino “un voluntario” sumado a la estrategia opositora con bombas molotov; tampoco está comprobado el contenido de esos camiones (más allá del espectáculo que los medios difundieron), la misma Cruz Roja publicó una declaración afirmando que no tenía nada que ver con esa iniciativa¹¹, en base a una persona con chaleco de la Cruz Roja participando del espectáculo televisado.

Como afirmara Debord, el espectáculo dejó de ser medio para convertirse en fin.

Adquiere una gran complejidad, pensar cómo puede revertirse o, al menos, astillarse la narrativa circulante sobre Venezuela, que tiene una permeabilidad profunda en las culturas y subjetividades tanto locales como internacionales. Lo que parece más claro es que los nuevos tiempos también requieren nuevas salidas y, que por su multidireccionalidad, simultaneidad y ubicuidad, necesitan de estrategias y tácticas que puedan dialogar con esas propiedades. No hay una sola salida que pueda disputar sentido con la mercancía *Venezuela*, tampoco desde un solo lugar.

El trabajo de desmontaje de la mentira tiene la pesada carga de sentirse inútil frente al monstruo del mainstream; la representación contrainformativa, por su parte, no logra receptividad en las audiencias. Muchas veces, se han criticado los discursos circulantes por su escasa perspectiva crítica y la obsecuencia con el relato oficial del gobierno venezolano. La comunicación para ser contrahegemónica debe lograr sintetizar todos los sentidos contradictorios de la realidad.

11 Recién en abril de 2019 un avión con insumos de salud de Cruz Roja Internacional aterrizó en el aeropuerto internacional de La Guaira, a 30 KM de Caracas.

Bibliografía consultada:

_Debord, Guy. La Sociedad del Espectáculo, 1967, Revista Observaciones filosóficas.

_Nuria Fernández García. Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática, mayo-junio de 2017, Revista Nueva Sociedad N° 269.

_Juan Alberto Clavero. Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina, 2018, Contratexto N°29.

_Daniel Mazzone Vivas. De los medios a las plataformas. Del control del gatekeeping a la conversación descontrolada, 2018, Contratexto N°29.

_Pablo Parra Valero & Lúcia Oliveira. Fake news: una revisión sistemática de la literatura, Observatorio (OBS*) Journal, special Issue 2018.