

# El dispositivo de la posverdad

JOSÉ ANDRÉS FORERO MORA

ALFONSO CASTELL

SANTIAGO SÁNCHEZ

## §1. Introducción: la genealogía como método

**P**OSVERDAD SE HA CONVERTIDO EN UN TÉRMINO CLAVE PARA HABLAR DE UNA FORMA ESPECÍFICA de la relación que tienen las personas con la información y con la verdad en la actualidad. La inclusión del neologismo entre 2016 y 2017 en diccionarios de lenguas como el español, el inglés, el alemán, el francés, entre otros, muestra cómo su uso ha pasado a extenderse y casi normalizarse. Sin embargo, como afirman Linares (2021) y Rodríguez—Ferrándiz (2019), aún estamos lejos de una caracterización exhaustiva de lo que tal término significa. La cuestión de la posverdad ha sido abordada desde diversos ángulos, perspectivas y disciplinas. En este artículo se abordará desde la matriz metodológica brindada por la perspectiva genealógica, tal como ha sido entendida por Foucault; en otras palabras, se realizará un acercamiento a la posverdad a partir de unas categorías metodológicas presentes en la genealogía foucaulteana

En la versión foucaulteana, la genealogía hace referencia a un trabajo histórico—filosófico con intenciones críticas y emancipatorias. Que sea un trabajo histórico—filosófico quiere decir que es un ejercicio que se realiza problematizando al presente y retrotrayéndose en la historia para la comprensión crítica de cómo se ha llegado a ser lo que se es, muestra cómo los miembros de una sociedad han llegado a ser lo que son en la actualidad. Las intenciones críticas hacen referencia a un desciframiento de cómo se ha armado determinado entramado social en el que se desenvuelven los miembros de una sociedad en la actualidad, a través de qué prácticas, de qué técnicas y de qué procedimientos se han constituido; pero ese desciframiento no solo se realiza para saber eso sin más, sino que, sabiéndolo, abrir la posibilidad al cambio, lo que finalmente sería el aspecto emancipatorio del ejercicio genealógico: cambiar

J.A., Forero—Mora; A Castell y S. Sánchez (✉)  
Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia  
e—mail: jforero@uniminuto.edu

Disputatio. Philosophical Research Bulletin  
Vol. 13, No. 28, Dec. 2024, pp. 57—79  
ISSN: 2254—0601 | [SP] | **ARTÍCULO**

ciertos lastres que arrastran los miembros de una sociedad y que se constituyen en obstáculos para la realización de las posibilidades de una sociedad diferente.

Desde una perspectiva foucaultea, genealogía significa una investigación de prácticas y por práctica se entiende todo aquello que los seres humanos dicen y hacen en un momento y espacio determinado. Así, hay prácticas discursivas, punitivas y prácticas de sí, para solo mencionar aquellas de las que Foucault mismo se ocupó en sus investigaciones. De las discursivas, por ejemplo, dice que en una *episteme* son las encargadas de establecer todo aquello que puede o no ser dicho o todo aquello que es verdadero o falso y con las que emergen entidades en un espacio epistemológico o un espacio de saber; tal es el caso de la categoría *Hombre* en el discurso de las ciencias humanas en lo que Foucault denominó *episteme moderna* al final de su libro *Las palabras y las cosas*.

Al tomar una cronología relativamente breve y un corte geográfico restringido —la cultura europea a partir del siglo XVI— puede estarse seguro de que el hombre es una invención reciente. El saber no ha rondado durante largo tiempo y oscuramente en torno a él y a sus secretos. De hecho, entre todas las mutaciones que han afectado al saber de las cosas y de su orden, el saber de las identidades, las diferencias, los caracteres, los equivalentes, las palabras [...] una sola, la que se inició hace un siglo y medio y que quizá está en vías de cerrarse, dejó aparecer la figura del hombre [...] El hombre es una invención cuya fecha reciente muestra con toda facilidad la arqueología de nuestro pensamiento. Y quizá también su próximo fin (Foucault 1984, p. 374).

A través de las prácticas discursivas, Foucault analizó también las transformaciones y experiencias de la locura. Son prácticas discursivas las que sitúan en el registro de lo normal o anormal a aquellos personajes en los que la sociedad del momento veía el desorden y los discriminaban: las prostitutas, los leprosos y el loco (que aún no era el loco), en un ejercicio estigmatizador y excluyente que representó el francés a través de «la nave de los locos» (Foucault 1998). Estas prácticas discursivas son analizadas en el nivel de su existencia, en lo que Foucault denominó el *archivo*. Esto es, la arqueología tiene la intención de describir la existencia y funcionamiento efectivo de las prácticas discursivas:

La descripción arqueológica de los discursos se despliega en la dimensión de una historia general; trata de descubrir todo ese dominio de las instituciones, de los procesos económicos, de las relaciones sociales sobre las cuales puede articularse una formación discursiva [...] lo que quiere sacar a la luz es ese nivel singular en el que la historia puede dar lugar a tipos definidos de discurso, que tiene a su vez su tipo propio de historicidad, y que están en relación con todo un conjunto de historicidades diversas (Foucault 2005, p. 215).

Por otra parte, en lo que se ha dado en llamar el momento genealógico en el desarrollo de las investigaciones de Foucault, se pone en contacto a las prácticas discursivas con el asunto del poder, con sus mecanismos, que igualmente se despliegan en prácticas, con lo que se busca poner en evidencia el régimen de producción de verdad que subyace a las ciencias, y de cuyas condiciones de posibilidad de emergencia se había ocupado la arqueología. De esta manera, por ejemplo, cuando Foucault en *Vigilar y castigar* habla de la emergencia de un cuerpo dócil, de lo que se trata es del análisis de las prácticas a través de las cuales es precisamente posible la emergencia de ese cuerpo/sujeto dócil. Con esto en mente, se puede caracterizar a una práctica con los siguientes rasgos:

*La práctica tiene un régimen.* Esto se refiere a aquello que ensambla a las prácticas y en donde estas adquieren sentido. Las prácticas discursivas tienen un régimen que es el que, por ejemplo, permite decir a Foucault que, durante la Edad Media, las reglas de la función enunciativa no permitían la emergencia de un objeto discursivo llamado *hombre*, y que eso sólo ocurrirá en la modernidad, cuando el régimen cambie. O cuando Foucault igualmente afirma que:

La unidad de los discursos sobre la locura no se funda en la existencia del objeto «locura» o en la constitución de un horizonte único de objetividad; está en el juego de las reglas que hacen posibles, durante una época dada, la aparición de descripciones médicas (con su objeto), la aparición de una serie de medidas discriminatorias y represivas (con su objeto propio), la aparición de un conjunto de prácticas codificadas en recetas o medicaciones (con su objeto específico) (Foucault 2013, pp. 242—243).

Así, el discurso sobre la locura tendría un régimen, unas reglas que regulan lo que se puede o no decir sobre ella.

Por otra parte, cuando Foucault se ocupa de la sexualidad, dice que su intención era ocuparse de «la noción cotidiana de sexualidad, tomar distancia de ella, soslayar su evidencia familiar, analizar el contexto teórico y práctico al que está asociada» (Foucault 1998, p. 7). Entonces, las prácticas estudiadas por Foucault, las que llevan a los individuos a constituirse como sujetos de deseo<sup>1</sup>, se hallan inscritas en lo que denominó *dispositivo de la sexualidad*, ese dispositivo es el régimen de las prácticas; es allí donde se despliegan las prohibiciones y censuras respecto de la sexualidad, donde se establecen las relaciones de esas prácticas con campos de conocimiento diversos, así como también un conjunto de reglas, normas y formas, en las que los individuos dan sentido a su conducta. En otras palabras, en el dispositivo confluyen campos de saber, normatividades y

<sup>1</sup> Por lo menos en el primer proyecto de investigación de la sexualidad

formas de subjetividad. El régimen de las prácticas de sí (las que realizan los individuos sobre sí mismos y los constituyen en un sujeto de deseo), respecto a la constitución de un sujeto de deseo, es el dispositivo.

Así, las prácticas tienen una racionalidad, es decir, hay unas reglas que las gobiernan. Esta racionalidad no se predica de los individuos que realizan la práctica, sino de la práctica misma, y se puede observar a través de las técnicas que utiliza: las prácticas siempre serán racionales en este sentido.

*La práctica es singular.* Una práctica se distingue de las otras, pero se pueden establecer relaciones con algunas de ellas. Esto implica que es tarea de quien realiza la investigación genealógica establecer dichas relaciones entre esas singularidades: las prácticas están ahí y el investigador las identifica y las relaciona. Es lo que, por ejemplo, hace Foucault cuando establece las relaciones entre la práctica del encierro, el discurso en que se separa razón y sin—razón y la emergencia de una densidad personal del loco (Foucault 2004).

*Las prácticas son efectivas.* Esta es la dimensión pragmática de las prácticas, lo que los individuos o colectividades hacen cuando hablan o actúan. Al genealogista le interesa la práctica misma, más que los individuos que las realizan, y en este sentido, hay un gesto metodológico que apunta a una desantropologización de la práctica. Así, cuando el genealogista se ocupa de ellas, no se remite al operador de la práctica. Esto inicialmente podría sonar contradictorio, pero no lo es, porque el gesto foucaulteano se dirige precisamente a que la práctica produce a los sujetos, no como comúnmente se asume: que los sujetos preceden a las prácticas.

*Las prácticas tienen su historicidad.* Emergen en un momento de la historia, así como también en un espacio determinado; se pueden observar sus transformaciones y sus discontinuidades en la historia. Dicho de otro modo, se puede ver cómo emergen, cuáles son sus características, cómo funcionan y las mutaciones en su funcionamiento. Aquí hay que anotar que se ha dicho emergencia, no origen, esto obedece a la inspiración nietzscheana que hay detrás del asunto foucaulteano, pues no se busca un origen, porque ello implicaría que hay un lugar de aparición de la esencia de la práctica, como si ella se mantuviera estática a lo largo de la historia, desconociendo las peripecias que han podido sucederle, tales como cambios en sus técnicas. Lo que se encuentra en el comienzo histórico de la práctica es la emergencia de una serie de características que el investigador, tal como se mencionó, va ensamblando en el *régimen de la práctica*.

La genealogía en su versión foucaulteano plantea que lo que somos es producto de una serie de prácticas que nos han constituido de una forma

determinada. La genealogía se movería en un análisis de prácticas en términos de develamiento de cómo hemos llegado a ser lo que somos, una historia crítica del presente que evidenciaría, una vez más, que lo que somos se ha constituido a través de prácticas históricas que nos atraviesan y que, sobre todo, plantearían la posibilidad de constituirnos de otra forma, pues lo que somos no es algo natural o esencial inamovible; el análisis de las prácticas muestra más bien cómo es que de una manera quizás tramposa se ha convertido aquello que es histórico en «natural», pone entre paréntesis a las fuerzas, a las verdades y a las técnicas que nos han constituido y cómo nos han constituido, muestra cómo se han armado los entramados en los que nos movemos como miembros de una sociedad, para pensar la posibilidad de armarlos de otro modo y que una sociedad diferente sea posible.

Con estas categorías en mente, en el presente artículo se intentará mostrar que la posverdad se despliega en varios escenarios de la vida cotidiana actual a través de una serie de técnicas, estrategias y procedimientos en unas prácticas concretas. Cabe apuntar que por motivos de espacio se analizarán tres de ellas (las *fake news* y la desinformación, la charlatanería y el debilitamiento epistémico) que, como se observará al final, permiten entrever el tipo de sujeto que se pretende producir; se tendrán en cuenta principalmente los tres casos paradigmáticos de la posverdad (el Brexit, la elección de Trump y el plebiscito por la paz en Colombia, todos ellos en 2016). Con esto, «posverdad» no hace referencia a una característica o a un fenómeno específico, sino a un régimen que gobierna toda una serie de prácticas y al que aquí se ha denominado *dispositivo de la posverdad*.

## § 2. Tres prácticas del dispositivo de la posverdad

En este apartado se presentará un análisis general de tres prácticas presentes en la llamada era de la posverdad: las *fake news* y la desinformación, la charlatanería y la relajación de los estándares de aceptabilidad epistémica. Se intentará describir cómo funcionan y cómo se han hecho efectivas en casos concretos, especialmente en lo que muchos denominan los tres ejemplos paradigmáticos de la posverdad. Es importante tener en cuenta que, en este nivel, el análisis tiene un cariz descriptivo, atiende sobre todo a *cómo funcionan*; el aspecto más constructivo y crítico viene posteriormente

### § 2.1 Fake News y desinformación

Aunque el término «*fake news*» se ha popularizado y viralizado recientemente, las prácticas que con él se quieren señalar no emergen específicamente en los últimos años, sino que son bastante antiguas. No es el momento cronológico de su emergencia sino su relación con otras prácticas similares lo que posteriormente permitirá ubicarla en el *dispositivo de la posverdad*. Las tecnologías de la información y de la comunicación han dotado a esta práctica con nuevas técnicas, han modificado su racionalidad y su forma de constituir sujetos, pero la difusión masiva de información manipulada se remonta a varios períodos de nuestra historia: «ahora a diferencia de antaño, una noticia falsa puede llegar en poco tiempo a todas las esquinas del planeta. Pero en esencia las *fake news* no han cambiado con los siglos» (Salas 2019, p. 413).<sup>2</sup>

Salas (2019) identifica la famosa «Gran mentira de la luna» como la primera *fake news* de la contemporaneidad: en agosto de 1835 el periódico *The New York Sun* realizó un informe de seis entregas, basado en un supuesto artículo científico publicado en *The Edinburgh Journal of Science* (que para ese tiempo ya había dejado de imprimirse), según el cual John Herschel a través de un poderoso telescopio habría observado vida en la luna. La noticia, que presentaba un supuesto descubrimiento científico, en cada entrega mostraba detalles cada vez más milagrosos, desde plantas y vegetación lunar hasta hombres murciélago que se comunicaban entre sí. Su efecto sensacionalista dependió en gran medida de la premisa de que se trataba de una narración verídica (Boese S.F.). La noticia alcanzó rápidamente una gran difusión tanto en América como en Europa, hasta el punto de que el periódico pasó rápidamente de vender 4.000 ejemplares por día a 19.000; organizó las seis entregas en un libro del que vendió más de 60.000 copias en un mes (ventas que seguían disparadas incluso después de que el fraude había sido descubierto y denunciado) (cf. Salas 2019). Lo interesante aquí no es tanto la falsedad o comicidad de la noticia, sino la práctica de hacerla pasar como verdadera con una intención diferente a la de informar o comunicar, en este caso, con la intención de vender más periódicos. Aquí el lector podrá trazar relaciones con las dos prácticas que se analizarán luego, pues también hay características propias de la *charlatanería* por parte del periódico y un *relajamiento*

<sup>2</sup> En 1997 Alex Boese funda el Museum of hoaxes, un sitio web dedicado a desmantelar cientos de noticias falsas y engaños masivos desde la Edad Media hasta nuestros días. Una selección representativa se encuentra recogida en (Boese 2002). Es interesante notar la variedad de temas sobre los que versan las distintas noticias falsas recogidas por el autor (ciencia, religión, política) y contrastarlo con el énfasis casi exclusivo en el ámbito político que suele tener el tratamiento de las *fake news* hoy en día. Este contraste permite dar cuenta también de la racionalidad de la práctica (independientemente del tópico al que se haga referencia), que se intentará delinear a continuación.

de los estándares epistémicos por parte del público que decide creer en la noticia sin más.

Hay otras prácticas que utilizan el *fake* como instrumento humorístico o incluso de crítica frente al sistema, que no necesariamente devienen en esta práctica de desinformación. Brusadin (2016) llama la atención sobre el *fake* clásico, al que caracteriza como un movimiento contracultural que actúa a través de la sátira (Brusadin 2016, pp. 66—67). Este autor presenta el caso del periódico satírico *Il Male*, que entre 1978 y 1982 llegó a hacer creer a miles que, por ejemplo, una de las semifinales del mundial de Argentina había sido anulada porque el equipo de Holanda «estaba fumado», lo cual le daba el derecho a Italia a participar en la final, o que el recién elegido Papa Juan Pablo II era el nuevo monarca de Polonia, algo que llegaron a creer incluso en Polonia (Brusadin 2016, p. 62 n.1). La intención aquí no es precisamente la de desinformar ni hacer pasar una noticia falsa como verdadera, sino la de presentar una crítica a través de noticias que abiertamente son falsas y que incluso en ocasiones son llevadas al extremo.<sup>3</sup> Otro famoso ejemplo que se puede traer a colación es el de la emisión del programa «El camaleón» en 1991 por TVE. Como parte de este programa se simuló un avance noticioso de última hora que informaba sobre un golpe de Estado en Rusia que culminó con la muerte de Gorbachov.<sup>4</sup> Aunque la emisión del programa cerró con el aviso «este informativo ha sido una ficción televisiva», algunos periódicos titularon la supuesta muerte de Gorbachov e incluso desde la propia Rusia llamaron al canal a pedir más información de la noticia. El *fake* clásico presenta una imagen distorsionada, ridícula y hasta espantosa, exagerándola a veces hasta el paroxismo, con el objetivo de que acabemos en una carcajada probablemente histérica (Brusadin 2016, p. 66), pero su intención claramente no es viralizar como verdadera una información que de suyo se sabe que es falsa.

En marzo de 2018 el Grupo de Altos Expertos de la Unión Europea (HLEG, por sus siglas en inglés) presentó un informe sobre las *fake news* y la desinformación. Allí se destaca la dificultad de un tratamiento unificado de la multiplicidad de prácticas que se esconde bajo la etiqueta *fake news* y se propone, en su lugar, poner acento en la desinformación en la sociedad actual, a la que caracterizan como «información falsa, imprecisa o engañosa (tendenciosa) diseñada y promovida intencionadamente para causar un perjuicio público o con un ánimo de lucro» (HLEG 2018, p. 10). En efecto, la desinformación no necesariamente opera a través de una noticia que sea abiertamente falsa, sino

3 «Actualidad panamericana» o «El mundo today» son ejemplos quizá más cercanos.

4 <https://www.youtube.com/watch?v=oOPFMcgk1Xk>

también a través de noticias que son verdaderas, pero tendenciosas, o incluso a través de información que ni siquiera pretende presentarse como una noticia (memes, trols, bodegas, etc.). Las *fake news* no corresponden sino a una arista de una práctica mucho más grande que es la de desinformar con intenciones como ganar más dinero, influir políticamente en alguien, tener más fama o prestigio, entre otras.

En 2012, Mark Zuckerberg presentó una carta abierta a los nuevos inversores de *facebook*, que salía entonces a cotizar en la bolsa de Nueva York, en la que se puede evidenciar cómo esta práctica de la desinformación se reconfigura a través de las nuevas técnicas de las redes sociales:

Hoy nuestra sociedad ha alcanzado otro punto de inflexión. Vivimos en un momento donde la mayoría de las personas tienen acceso internet o a celulares —las herramientas necesarias para empezar a compartir lo que piensan, sienten y hacen con quien ellos quieran. *Facebook* aspira a construir servicios que den a la gente el poder de compartir y los ayuden a transformar muchas de nuestras principales instituciones e industrias [...] En *facebook* construimos herramientas para ayudar a la gente a conectarse con quienes ellos quieren y compartir lo que ellos quieren [...] Creemos que la infraestructura mundial de la información debería parecerse a un esquema social —una red construida de abajo a arriba o de igual a igual, en lugar de la estructura monolítica y descendente que ha existido hasta ahora [...] un principio fundamental de esta reconfiguración es dar a la gente el control sobre lo que comparte (Zuckerberg 2012).

Por un lado, la producción de información y el poder sobre su circulación no pertenece únicamente a las grandes organizaciones de medios sino a los individuos y, por otro, hay una personalización de los contenidos a los que acceden los usuarios en función de su actividad en la red. Como se puede observar, la cuestión de la verdad, fiabilidad o calidad de la información no ocupa aquí un lugar central; el tipo de sujeto producido por estas prácticas no es el que se preocupa por la verdad, sino el que puede producir información, hacerla llegar a públicos cada vez más amplios y consume (casi) exclusivamente la información que de antemano le parezca relevante.<sup>5</sup>

Los tres ejemplos paradigmáticos de la posverdad evidencian cómo esta situación constituye un caldo de cultivo para el libre tránsito de las diferentes técnicas utilizadas por la práctica de la desinformación. En 2018, Christopher Wylie, un ex empleado de Cambridge Analytica (CA), advirtió sobre la forma

<sup>5</sup> Algunos análisis que se centran en este punto han señalado que este es un escenario propicio para la agudización de las «cámaras de eco», «las burbujas epistémicas», «el extremismo epistémico (polarización)», entre otras (Almagro y Villanueva 2021).

como esta empresa determinó los perfiles psicológicos de miles de usuarios de redes sociales con el objetivo de que la campaña del Brexit en el Reino Unido y la de Donald Trump en Estados Unidos dirigieran información manipulada específicamente contra esos grupos poblacionales. Por supuesto que esta técnica es tan vieja como la estrategia política, sin embargo, como afirma Wylie:

La diferencia es cuando engañas, cuando creas una realidad a medida para alguien, cuando te diriges a alguien porque sabes que es más susceptible de entrar en teorías conspiratorias porque lo has perfilado así, y le llevas a una espiral de noticias falsas [...] puedes perfilar a un grupo de personas muy receptivas a esas teorías [...] entonces fabricas blogs o webs que parecen noticias y las muestras todo el tiempo a la gente más receptiva a ese pensamiento conspiratorio. Después ven la CNN y no hay nada de lo que ven todo el tiempo en Internet y piensan que la CNN esconde algo (Wylie 2018).

Estas declaraciones son similares a las que en su momento hiciera Luis Carlos Vélez, gerente de la campaña del «No» en el mencionado plebiscito por la paz en Colombia:

Descubrimos el poder viral de las redes sociales. Por ejemplo, en una visita a Apartadó, Antioquia, un concejal me pasó una imagen de Santos y «Timochenko» con un mensaje de por qué se le iba a dar dinero a la guerrilla si el país estaba en la olla. Yo la publiqué [...] y al sábado pasado tenía 130.000 compartidos. Con un alcance de 6.000.000 de personas [...] La estrategia era dejar de explicar los acuerdos para centrarse en la indignación. En emisoras de estratos medios y altos nos basamos en la no impunidad, la elegibilidad y la reforma tributaria, mientras en las emisoras de estratos bajos nos enfocamos en subsidios [...] En la costa individualizamos el mensaje de que nos íbamos a convertir en Venezuela [...] en el Cauca pasamos propaganda por radio la noche del sábado centrada en las víctimas (Ramírez 2016).

Ante la avalancha de noticias falsas y de desinformación que las redes sociales han traído consigo, han emergido nuevas prácticas que intentan controlar este desorden informacional. Como lo observa el informe de la HLEG (2018), estas acciones no pueden basarse en una nostalgia por lo antiguo, una crítica a la relación con la información que las nuevas tecnologías han traído consigo, sino que debe vincular estos desarrollos tecnológicos y combinarlos con herramientas jurídicas, pedagógicas y financieras destinadas a mitigar la desinformación. Parra y Olivera (2018) realizaron un estudio sobre las principales soluciones que se han propuesto, las cuales reunieron en cuatro grupos (1) la creación de agencias verificadoras de noticias (*fact—checkers*), que incluyen a profesionales de distintas áreas que se encargan de verificar y desmentir la información que se viraliza (StopFake, FactCheck, Malditobulo, ColombiaCheck, entre otras); (2) el

*crowdsourcing*, que «trata de abrir el proceso de evaluación de las noticias a los usuarios de las redes, permitiéndoles calificarlas según su criterio y decidir si les otorga o no credibilidad» (Parra y Olivera 2018, p. 67); (3) los algoritmos y procedimientos automáticos implementados por las propias plataformas y redes sociales y (4) la educación y alfabetización digital. Esta última, según los autores, es la que más se propone en la bibliografía sobre el asunto (el 45% de los artículos analizados por ellos proponen esta solución), pero a la vez es la que menos resultados a corto plazo puede traer.

## § 2.2 Charlatanería

Es acertada la observación realizada por Harry Frankfurt en su ensayo «Sobre el concepto de *bullshit*» cuando dice que hay mucha charlatanería (*bullshit*) en la sociedad, pero no se le presta atención o no se le da mucha importancia, porque, a su vez, la gente cree tener la capacidad de detectarla y no dejarse engañar (Frankfurt 2006). Esta podría considerarse una de las razones por las que la práctica de la charlatanería se ha generalizado, sobre todo en una sociedad marcada por los medios de comunicación, las redes sociales e incluso algunas publicaciones académicas apresuradas que le sirven de vehículo de difusión.

Se tiende a confundir a la charlatanería con la mentira, o por lo menos a asumir un trasfondo común para las dos, sobre todo si no se tiene el cuidado de la aclaración o distinción conceptual necesaria. Siguiendo lo que puede denominarse la «teoría de la charlatanería» de Frankfurt, hay diferencias entre estas dos prácticas y para mayor claridad sobre la de la charlatanería, es preciso distinguir qué se hace y qué se pretende cuando se realizan cada una de ellas.

En la mentira se conoce la verdad y frente a esta se elabora, en ella se tergiversa la verdad que se conoce. La mentira implica la intención de engañar, esto es, se realiza la acción de mentir sabiendo que lo que se dice es una falsedad. Por su parte, en la charlatanería no hay una preocupación por la verdad, pero esto no significa que a la base de la acción charlatana esté una falsedad, sino una falsificación (Frankfurt 2006, p. 187), es decir, en la charlatanería se hace creer que lo que se dice coincide con la realidad, del mismo modo que un billete falsificado pretende pasar por auténtico. En la charlatanería es indiferente si lo que se dice es cierto o no. Con respecto a los receptores de la charlatanería, se requiere que crean que hay una conexión entre lo que dice el charlatán y lo que piensa realmente, o que el charlatán efectivamente cree en lo que dice. Así, teniendo en cuenta lo anterior, la charlatanería se parece más al acto de hacer un *bluff* (fingir, hacer el paro de...) que al de mentir. Unido a la indiferencia por la verdad de lo que se dice, en la charlatanería no interesa que las cosas que se

digamos coincidan con la realidad, pero sí que lo que se fabrica, lo que se falsifica, sirva para satisfacer el objetivo o el motivo por el que se llevó a cabo el acto charlatán, que se satisfaga en la realidad. Algunas declaraciones de Donald Trump, así como también declaraciones en torno al Brexit y al plebiscito de 2016 en Colombia, mostrarán el funcionamiento de la charlatanería como práctica en el *dispositivo de la posverdad*.

En 2016 el candidato a la presidencia de Estados Unidos, Donald Trump, publicó en su cuenta de Twitter lo siguiente: «Los mejores *bowls* de tacos se hacen en Trump Tower Grill. ¡Me encantan los hispanos!» (Frankfurt 2016). El *tweet* de Trump tiene la particularidad de que se puede asumir como charlatanería o como mentira sin más, es decir, ejemplifica que las fronteras entre la charlatanería y la mentira son difusas. Así, podría asumirse a Trump como un mentiroso, a quien le interesa engañar a los receptores de su *tweet* y tergiversar una realidad. De igual manera, se puede asumir como una declaración parecida a las que pueden hacer muchas personas (en especial si se trata de algo que les gusta y simplemente exageran) y mostrar que este es un ejemplo de charlatanería, porque a Trump no le interesa si su afirmación es cierta o no, además de que la foto que acompaña a la publicación muestra claramente que su intención es que los que la lean piensen que eso que dijo es realmente lo que piensa. Igualmente, y quizás especulando un poco, también quiera que la gente vaya al negocio de tacos y las ventas suban, con lo que quizás el objetivo de su publicación sea alcanzado de manera satisfactoria, que es lo que en verdad le interesa y no la certeza de su declaración. Se puede agregar también que, si se hallaba en campaña, la mención de los hispanos en ese *tweet* es para ganar su favor electoral, afectado por otras declaraciones realizadas por él en contra de los intereses de ese importante sector de la sociedad estadounidense. Finalmente, por lo que se ha mencionado de la racionalidad del dispositivo, el *tweet* de Trump muestra la relación de la práctica de la charlatanería con la del relajamiento de los estándares de aceptabilidad epistémica (de la que se hablará más adelante), debido a que Trump quizás crea que los hispanos por esa simple mención cambien su intención de voto hacia él; todo esto, de la misma manera como los demócratas intentaron atraer hacia sus «toldas» a algunos influenciadores de la plataforma *TikTok* (Lorenz 2022).

Otro escenario en el que la charlatanería se ha desplegado es el Brexit. En 2016 se hicieron evidentes algunos ejemplos de esta práctica, tanto en contra de la separación, como a su favor. Una declaración que se hizo a favor de quedarse en la Unión Europea fue que tres millones de empleos del Reino Unido dependían de la Unión Europea y que si se separaban eso significaría el colapso de la economía británica (Hartford 2016). Una de las características de la

charlatanería, dice Frankfurt, es que esta se presenta cuando, por ejemplo, en la vida pública, sí o sí, se debe decir algo de lo cual no hay un conocimiento adecuado o suficiente (Frankfurt 2006, p. 193). Volviendo al ejemplo mencionado de los empleos, si se revisan las cifras, los acuerdos económicos, etc., se puede demostrar que esa declaración no es más que palabrería y, en todo caso, charlatanería. En este ejemplo también se evidencia que la charlatanería necesita un público con estándares epistémicos relajados, donde lo último que interesa es la comprobación de la información que se le suministra; todo lo contrario sucede en lo que respecta al objetivo con el cual se lanzó la declaración: lograr adhesión a la continuidad del Reino Unido en la Unión Europea.

Un aspecto en el que la mentira y la charlatanería parecen coincidir, y siempre siguiendo a Frankfurt (2006), es que tienen la intención de (re)presentarse, falsamente, como comunicadoras de la verdad. En la mentira, en tanto que su intención es alejar a su receptor de la verdad, se le dirige hacia algo falso, pero para que lo considere como verdadero. En la charlatanería se esconde el desinterés por la verdad y solo se elige comunicar cierta información si sirve para lograr el objetivo. El plebiscito para refrendar los acuerdos de paz en Colombia, llevado a cabo en 2016, muestra este aspecto de la práctica de la charlatanería. Los defensores de la campaña del «No», como el expresidente Álvaro Uribe, esgrimían como una razón para votar por el «No», la traición a la línea uribista de la política de seguridad democrática y combate recio a la guerrilla, por un acuerdo de paz que «le entregaba el país a la guerrilla de las FARC». Entonces, a Uribe y a otros defensores del «No», no les interesaba realmente si era verdad la traición de la que hablaba, sino lograr que el acuerdo de paz no fuera refrendado en el plebiscito. Basta revisar el programa político de Juan Manuel Santos, para ver que mostraba líneas claras en las que se separaba del uribismo más recalcitrante y con ello la supuesta traición se disipaba y devenía un ejercicio de charlatanería de la más fina elaboración, una charlatanería edulcorada con los avisos de castrochavismo y que Colombia sería «una nueva Venezuela», un país en manos del «socialismo del siglo XXI» y con una economía devastada; mensajes que calaron en muchos colombianos, porque apelaban a las emociones de estos y a la poca información que seguramente tenían de los acuerdos, de las dinámicas de estos acuerdos y de las posibles consecuencias del paso que intentaba dar el país, incluida sus dificultades. Finalmente se deslegitimó al proceso de paz y al gobierno de Santos en general. Más que la veracidad de lo que decía, a Uribe le interesaba el objetivo.

## § 2.3 Relajamiento de los estándares de aceptabilidad epistémica

En un artículo de *The Washington Post* titulado «Dentro del elaborado intento de los Demócratas por persuadir a los influenciadores de *TikTok*» (Lorenz 2022) se muestra la estrategia de los diferentes partidos y representaciones políticas de sumar a su equipo a estas nuevas personalidades, que hoy en día ya no se reducen a su campo de acción, sino que actúan en distintos espacios, como el político. Sin embargo, esto no es propio de los demócratas: el expresidente y candidato republicano para las elecciones presidenciales del 2020 en Estados Unidos, Donald Trump, también consciente de esto, sumó a su imagen el apoyo de diferentes personalidades del mundo de las redes y de la farándula como los raperos Lil Pump y Lil Wayne (Associated Press 2022). ¿Qué lleva a que los políticos se preocupen por hacerse amigos de los cantantes, actores, artistas e influenciadores del momento? La respuesta es: el conocimiento implícito de que las personas tienen diversos principios o filtros epistémicos a través de los cuales seleccionan información y adoptan nuevas creencias.

En una ponencia presentada en la Universidad del Valle, Ignacio Ávila reflexiona sobre la relación del concepto de charlatanería trabajado por Frankfurt y la *superficialidad* como fenómeno descrito por Arendt en su análisis de Eichmann. Allí Ávila diferencia un charlatán de un superficial y habla de la existencia de sujetos que son al mismo tiempo charlatanes y superficiales (Ávila 2013).

Para este autor, un rasgo propio del sujeto superficial es que *algunos* de los filtros epistémicos que usa para adquirir nuevas creencias y defenderlas, no son, por decirlo de algún modo, lo suficientemente confiables ni sólidos. Es decir, ocurre cuando, por ejemplo, el superficial adquiere la creencia de que *p*, porque su caudillo (que hace de filtro epistémico) dice que *p*. Sin embargo, el superficial no intenta verificarlo, sino simplemente le da la propiedad de veraz, porque su filtro epistémico lo hace de igual manera:

Si X dice que *p*, entonces *p*.

Al hablar aquí de *filtro epistémico* se hace referencia a lo que Boghossian denomina en su texto *El miedo al conocimiento*, «principio epistémico»: «un sistema epistémico consiste en un conjunto de proposiciones normativas generales — principios epistémicos— que especifican bajo qué condiciones una creencia de cierto tipo está justificada» (Boghossian 2009, p. 122). En este sentido, un principio epistémico es una herramienta que filtra información con el objetivo de determinar qué tan justificados estamos efectivamente para creerla. Como ejemplos de algunos de estos principios, se podrían tomar los que el propio Boghossian muestra en su texto: la observación, la inducción y la deducción. Estos principios hacen parte de lo que él denomina *principios epistémicos*

*fundamentales*, que son distintos de los derivados, en tanto que los primeros no necesitan referenciarse en otros más generales, cosa que sí hacen los derivados. Sobre la Observación como principio epistémico fundamental dice Boghossian: «su estatus es, sobre todo, básico y no inferido. Cualquier evidencia que apoyara la Observación tendría que estar basada, al parecer, en la propia Observación» (Boghossian 2009, p. 101).

La formulación de estos principios no es desde luego explícita. Probablemente nadie se tope con alguien que diga: «teniendo en cuenta que X famoso es una figura importante dentro de mi sistema epistémico, mantendré una posición parecida a la suya en cuanto a Y tema». Sin embargo, cuando aparte de los principios epistémicos que se encuentran en el sistema común (observación, deducción e inducción) hay también otros que, por ejemplo, apelan a una *autoridad*, se abre la posibilidad de adquirir creencias cada vez menos sustentadas.

Existen principios epistémicos más confiables que otros dependiendo del contexto en el que se adquiere una creencia. En este sentido, la actitud superficial tiene que ver con una práctica epistémica que consiste en ignorar ese contexto y hacer uso de distintos principios epistémicos para que nuestras creencias correspondan con nuestras preconcepciones, emociones y deseos. Esta actitud

Involucra precisamente un relajamiento de los estándares de aceptabilidad epistémica con los que un sujeto suscribe sus creencias. El superficial es, así, alguien que no tiene una actitud de control epistémico lo suficientemente exigente sobre sus creencias de primer orden (Ávila 2013).

Siguiendo a Ávila, se adoptará como nombre de esta práctica: *relajamiento de los estándares de aceptabilidad epistémica*. En esta se encuentran actitudes que pueden ser caracterizadas como superficiales. La superficialidad consiste en «una actitud epistémica que cada uno de nosotros puede adoptar o tratar de evitar con respecto a sus propias ideas y creencias» (Ávila 2013).

La autoridad como principio epistémico funciona si respecto de un tema, a la base hay alguien experto en él. En otras palabras, si S cree que  $p$  porque X dijo que  $p$  y X es una autoridad sobre  $p$ , entonces S tiene una buena razón para creer que  $p$ . Probablemente, S no tendría una buena razón para su creencia si X no fuera una autoridad sobre  $p$ . Por ejemplo, sobre la base de la autoridad de Einstein podemos tener buenas razones para adquirir creencias sobre relatividad general, pero no del argumento ontológico de San Anselmo.

Tras lo anterior, es importante contextualizar lo siguiente: 1) ¿qué tan correcto es hacer uso de la autoridad en cierto tema? 2) ¿a qué autoridad se hace referencia? Es decir, ¿es especialista en el tema? ¿O simplemente es alguien con voz e influencia en la opinión de cierto público, pero carece de formación para hablar de ese tema? Si se repara en esas preguntas, se notará que: 1) la autoridad puede constituir una buena razón para una creencia, aunque, 2) es importante reparar en la pertinencia de la supuesta autoridad, esto es, que quienes se consideran autoridades realmente lo sean. En la superficialidad no se hacen este tipo de preguntas al buscar a una figura de autoridad, por el contrario, erróneamente se tiende a considerar autoridad a alguien con mucha influencia.

Lo que ocurre actualmente con la irrupción de las redes sociales y las nuevas tecnologías en nuestros sistemas epistémicos complica el asunto. El principio epistémico de autoridad ya no apela únicamente a autores, pensadores, investigadores, etc., sino también a influenciadores de *YouTube*, *TikTok*, *Twitter*, *Instagram* y otras plataformas.

Sabemos que la gente escucha a mensajeros confiables, y a medida que un gran número de jóvenes recurren a *Instagram*, *TikTok* y otras plataformas por noticias e información, necesitamos relacionarnos con las voces en las que ellos confían directamente, dijo Rob Flaherty, el director de estrategia digital de la Casa Blanca (Lorenz 2022).

Debería preguntarse también, a continuación, si estas estrategias políticas funcionan efectivamente para alterar las prácticas epistémicas a través de las cuales las personas adquieren creencias. Más bien, se sabe (o se supone) que las prácticas epistémicas no fueron modificadas específicamente por estos grupos. Pero, al notar que en la actualidad las prácticas de adquisición de creencias mayormente se basan en las redes sociales, los líderes políticos y sus estrategias han también confluído con prácticas comunicativas como las que se han mencionado ya anteriormente: *la charlatanería* y *la desinformación*. Estas tres prácticas juntas tienen indudablemente un impacto en las sociedades mediadas por las nuevas tecnologías, ¿cómo medir ese impacto?

Lauren Church (2022) presenta una investigación sobre el impacto de *TikTok* en la identidad política entre jóvenes adultos de los Estados Unidos. Los resultados allí arrojados, a pesar de ser una encuesta no muy grande en términos de alcance, son bastante dicentes:

Cerca de una tercera parte de los participantes indicaron que su ideología ha cambiado «Muchísimo» desde que usan *TikTok* regularmente, una cuarta parte indicó que su ideología ha cambiado «Mucho», y algo más del 20% indicó que su ideología ha cambiado

«De manera moderada». Solo cerca del 9% de los participantes indicó que su ideología política ha cambiado «Nada» desde que empezaron a usar *TikTok* regularmente (p. 20).

En su cuenta personal de *TikTok*, por ejemplo, la influenciadora Nia Sioux publicó un video el 29 de enero del 2023 con la vicepresidenta del gobierno estadounidense Kamala Harris. Allí, la poderosa política le dice a la influenciadora «eres una lideresa [...] y me encanta cómo una vez te das cuenta que tu voz importa... eres una lideresa» a lo que Sioux responde: «Bueno, estoy muy emocionada de estar aquí y hablar sobre el progreso que estamos consiguiendo en esta crisis climática». Por su lado, Mattie Westbrouck publicó el 4 de noviembre del 2022 un vídeo en la casa blanca (cuando el gobierno Biden le acogió) invitando a sus seguidores a votar. En la descripción del vídeo escribió: «Obtén tus derechos reproductivos DE VUELTA el 8 de noviembre». Ese día eran las elecciones legislativas. Cabe recalcar que estos vídeos suman más de 700.000 y 1.000.000 de visualizaciones respectivamente. De manera similar, el 3 de noviembre del año 2022, el expresidente Donald Trump invitó a subir al escenario donde se encontraba dando un discurso, al rapero Lil Pump. La escena, ciertamente más curiosa y desordenada que la que presentaron los demócratas con los influenciadores de *TikTok*, también es útil para los fines de este escrito: inicialmente Trump pregunta a su audiencia «¿saben lo grande que es él?» probablemente para asegurarse de que más allá de hacer el ridículo, verdaderamente funcionará la estrategia de subir un rapero a la tarima. Ya arriba, Pump dice: «Vine aquí a decir: señor presidente, aprecio todo lo que ha hecho por nuestro país; trajo las tropas a casa y hace lo correcto» (Associated Press 00:00:47).

Las preguntas que a continuación deberían plantearse son: ¿por qué alguien confiaría en Nia Sioux (una actriz, influenciadora en *TikTok*, dedicada principalmente al humor, la moda y su propio estilo de vida) a la hora de formarse creencias sobre la guerra en Ucrania, el cambio climático o la inflación? O ¿cómo es posible que un joven en busca de información sobre política, sociedad, economía o conflictos bélicos, así como también para saber a qué partido confiar su voto, recurra a Mattie Westbrouck (persona influyente dedicada a la moda y el humor), o al rapero Lil Pump (que ha tenido algunos inconvenientes legales)? Ciertamente, planteado de esta forma parece algo totalmente insensato, sin embargo, como bien lo ha dicho Ávila (2013), la superficialidad es una actitud epistémica en la que cualquiera puede caer cuando el interés por la verdad no es lo suficientemente alto y en realidad se busca algo más que acercarse a los hechos.

### § 3. Desinterés por la verdad: el dispositivo de la posverdad

Luego de la descripción general de estas tres prácticas, es momento de explicitar cómo hacen parte de un dispositivo y comparten unas reglas, técnicas, estrategias, etc., es decir, comparten una racionalidad, que es justamente la que permite ensamblarlas en lo que aquí se ha llamado dispositivo de la posverdad; así como también mostrar algunos posibles tipos de sujetos que produce.

En primer lugar, es necesario reconocer que la descripción que se ha hecho de las prácticas es bastante general. Una descripción detallada de cada una de ellas daría para un artículo completo. Así, algunos de los rasgos que la genealogía foucaultea resalta en las prácticas, que mencionamos en la introducción, se hacen mucho menos evidentes que otros. Por ejemplo, el rasgo de la *historicidad* no fue abordado ni profundizado aquí. Sin embargo, cada una de estas prácticas tiene una historicidad y unas vicisitudes particulares, ellas no surgen en el 2016 con el florecimiento del término «posverdad»; por su parte, la desinformación, la charlatanería y el relajamiento epistémico quizá son tan antiguos como nuestra civilización y estudiar su historicidad requeriría abordar los cambios que ellas han tenido a través de las diferentes épocas, lo cual desbordaría las intenciones y el espacio disponible para este texto.

Es un hecho que hay un conjunto de técnicas, estrategias y procedimientos que hacen que las prácticas aquí abordadas adquieran una *singularidad* específica en este momento de la historia. Esto sucede sobre todo por la irrupción de las TIC's, las plataformas y las redes sociales. La reconfiguración que estas han traído en las relaciones que guardan los sujetos con la información (toneladas de información —buena y mala— sobre cualquier tema a un clic de distancia, la posibilidad de elegir qué tipo de información consumir y cuál no, la posibilidad de opinar y compartir masivamente nuestras opiniones sobre cualquier tema, la presión por la popularidad, entre otras) ha hecho que todas estas prácticas graviten en torno al desinterés por la verdad. Como se ha vislumbrado en las secciones anteriores, este elemento aparece de forma diferente en cada una de las prácticas y de los sujetos producidos por estas.

A pesar de esta singularidad hay una *interrelación* entre las tres prácticas aquí trabajadas: la charlatanería requiere de sujetos superficiales y esto no sería posible sin las prácticas que propician la circulación de desinformación; a su vez, esta última no sería exitosa sin las anteriores. No se trata de jerarquizar cuál de estas prácticas está a la base del dispositivo de la posverdad, sino de evidenciar sus interrelaciones en él. Por ejemplo, recuérdese las declaraciones del gerente de la campaña del «No» en el plebiscito colombiano por la paz. Allí se evidencia que la campaña de desinformación fue exitosa porque logró segmentar a la

población e identificar qué información podrían creer con más facilidad, lo cual permitió que las noticias falsas fueran difundidas rápidamente a través de las conversaciones cotidianas y de las intervenciones en redes sociales, logrando un alcance cada vez mayor. Lo mismo ocurrió en el Brexit y en la elección de Trump, donde a través de *Cambridge Analytica* se segmentó a la población según gustos y preferencias, evidenciados en sus interacciones en *Facebook*.

El tipo de sujeto característico de estas tres prácticas no es el que se preocupa por la verdad de la información que está emitiendo o de las creencias que está adquiriendo. Por un lado, el charlatán no se preocupa por la verdad de lo que dice, sino por aparentar que dice la verdad, para poder llegar a públicos cada vez más amplios. En la sociedad de hoy, la posibilidad (y casi exigencia) brindada por las redes sociales de decir cualquier cosa sobre cualquier tema es un vehículo de charlatanería por antonomasia. Por otro lado, el superficial, cuando recibe la información, no pone los filtros epistémicos lo suficientemente fuertes para adquirir creencias que al menos aspiren a ser verdaderas o a ajustarse en alguna medida a la realidad. El desinterés por la verdad se manifiesta en estos dos sujetos, pero de modos diferentes.

Hay otra forma en la que este desinterés por la verdad puede constituir un sujeto, se trata del que Ávila (2013) denomina «charlatán superficial». Esta combina las tres prácticas: es experto en consumir y compartir *Fake News*, controla adecuadamente la charlatanería para seducir y, además, adolece de filtros epistémicos fuertes:

Se trataría de alguien que al pobre control y a la autocomplacencia epistémica frente a sus creencias, le agrega además la intención de manipular a los otros presentándose como interesado en la verdad de lo que dice, sin realmente estarlo. En tanto charlatán, este personaje se sabe a sí mismo indiferente respecto al valor de verdad de lo que está diciendo; pero en tanto superficial, le es inconfesable que su desinterés por la verdad no radica propiamente en su indiferencia frente a la verdad de lo que dice, sino en los bajos criterios de aceptabilidad epistémica con los que estructura las creencias que pueblan su vida mental (Ávila 2013).

Hasta aquí, podría decirse que estos tres «sujetos posverdaderos» (el superficial, el charlatán y el charlatán superficial) no son conscientes de las prácticas que los han constituido como tales. Otro tipo de sujeto producido por ellas es aquel que es consciente de la situación, pero indiferente a ella. En la medida en que se ha percatado de la existencia de estas prácticas, este sujeto se considera con estándares superiores difíciles de satisfacer y cree que cualquier información está, en principio, manipulada: como cree que todas las agencias de noticias tienen una agenda oculta, que todos sus amigos están equivocados, que todo aquello

que se dice en redes sociales es falso, etc., decide ignorarlos. Es un sujeto hastiado por la situación, cuyo desinterés por la verdad se manifiesta en el abandono de cualquier esfuerzo para cambiarla, sabe que está en medio de un río de desinformación, pero no le interesa. Se caracteriza, además, por una actitud de sospecha permanente que lo convierte en un potencial «conspiranólico».

En definitiva, lo que se ha hecho en este artículo es develar el funcionamiento del dispositivo de la posverdad, identificando cuáles son algunas de las técnicas y estrategias a través de las cuales constituye sujetos. No obstante, en consonancia con el carácter emancipatorio del ejercicio genealógico, esto es sólo la primera parte de la tarea. Por lo que nos evidencia esa primera parte, se abre la posibilidad de que, cambiando las prácticas, se pueda constituir un sujeto diferente, que para la sociedad actual apuntaría a la constitución de una *ciudadanía crítica*. Esta es la segunda parte de la tarea: pensar prácticas emancipatorias que desmarquen a la ciudadanía de la charlatanería, la superficialidad, la ligereza de estándares epistémicos y la desinformación y que la conviertan en una ciudadanía crítica consciente de cómo es que de una manera tramposa se ha transformado esta situación (que es histórica) en algo «natural», en lo corriente, en «la norma»; que plantee nuevas relaciones con sus creencias y con la información, interesada por la veracidad de aquello que recibe y difunde a través de las redes sociales, los medios y conversaciones cotidianas; que ponga entre paréntesis a las fuerzas, a las verdades y a las técnicas que han constituido esta sociedad que se vive hoy, los entramados en los que se mueve, para que se piense la posibilidad de armarlos de otro modo y que, finalmente, pueda construirse una sociedad diferente. Pero esta importante tarea queda pendiente.

## REFERENCIAS

- ALMAGRO, Manuel y VILLANUEVA, Neftalí (2021). «Polarización y tecnologías de la información: radicales *vs.* Extremistas». *DILEMATA. Revista internacional de éticas aplicadas* 34: pp. 51—69.  
<https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000409>
- ASSOCIATED PRESS (2020). «Rapper Lil Pump joins President Trump at rally». Vídeo de YouTube, 1:11, 3 de noviembre  
<https://www.youtube.com/watch?v=RIAt6t5HIQQ>
- ÁVILA, Ignacio (2013). «Charlatanería y superficialidad». Ponencia presentada en el Primer Congreso Colombiano de Estudiantes de Filosofía. Universidad

- del Valle. Valle del Cauca. <https://www.youtube.com/watch?v=UPf5RYLY—qo&t=1392s>
- BOESE, Alex (S.F.). The great moon hoax. Museum of hoaxes. Consultado el 6 de marzo de 2023. [http://hoaxes.org/archive/permalink/the\\_great\\_moon\\_hoax](http://hoaxes.org/archive/permalink/the_great_moon_hoax)
- BOESE, Alex (2002). *Museum of hoaxes*. Nueva York: Dutton.
- BOGHOSSIAN, Paul (2006). *El miedo al conocimiento. Contra el relativismo y el constructivismo*. Madrid: Alianza.
- BRUSADIN, Bani (2016). «Somos ovejas disfrazadas de lobos». En: *Fake. Nos es verdad, no es mentira*. Editado por Jorge Marzo y Marta Arroyo. Valencia: IVAM, pp. 61—87.
- CHURCH, Lauren (2022). «TikTok’s Impact on Political Identity Among Young Adults in The United States». Tesis. Universidad de Oregon. <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/handle/1794/27281>
- FOUCAULT, Michel (2013). *¿Qué es usted, profesor Foucault? Sobre la arqueología y su método*. Argentina: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel (2005). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel (2004). *Historia de la locura en la época clásica, Vol. I*. Argentina: Fondo de cultura económica.
- FOUCAULT, Michel (1998). *Historia de la sexualidad (Vol. II: El uso de los placeres)*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel (1984). *Las Palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Barcelona: Planeta—De Agostini.
- FRANKFURT, Harry (2016). «Donald Trump Is BS, Says Expert in BS» *Time*. 12 de mayo <https://time.com/4321036/donald—trump—bs/>
- FRANKFURT, Harry (2006). «Sobre el concepto de Bullshit». En: *La importancia de lo que nos preocupa*. Buenos Aires: Katz, pp. 171—195.
- HARFORD, Tim (2016). «Three pieces of Brexit bullshit [mensaje en un blog] » 16 de abril. <https://timharford.com/2016/04/three—pieces—of—brexit—bullshit/>
- HLEG (2018). *A multidimensional approach to disinformation*. Bruselas: Unión Europea.
- LORENZ, Taylor (2022). «Inside Democrats’ elaborate attempt to woo TikTok influencers». *The Washington Post*. 27 de octubre. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/10/27/tiktok—democrats—influencers—biden/>

- LINARES, Raúl (2021). «Dimensión Filosófica de la Posverdad». Tesis. Universidad de Granada.
- PARRA, Pablo y OLIVEIRA, Lidia (2018). «Fake news: una revisión sistemática de la literatura». *Observatorio Journal* (Special Issue 1): pp. 54—78. Doi:10.15847/OBSOBS12520181374
- RAMÍREZ, Juliana (2016). «El “No” ha sido la campaña más barata y más efectiva de la historia» *La república* 4 de octubre de 2016. <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-no-ha-sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891>
- RODRÍGUEZ—FERRÁNDIZ, Raúl (2019). «Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía». *El profesional de la información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- SALAS, Carlos (2019). «La primera *fake news* de la historia». *Historia y comunicación social* 24 (2): pp. 411—431.
- SIoux, Nia (2023). «Started off the year talking to VP Harris about the progress and investments being made to combat the climate crisis and what we as Young people can do to keep this conversation going». Vídeo de TikTok, 29 de enero de 2023. <https://vm.tiktok.com/ZMYUqgrAh/>
- YGLIASIAS, Matthew (2017). «The Bullshitter—in—Chief». *Vox*, 30 de mayo. Recuperado de <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/5/30/15631710/trump-bullshit>
- WESTBROUCK, Mattie (2022). «Get your reproductive rights BACK on Nov.8th». Vídeo de TikTok, 04 de noviembre de 2022. <https://vm.tiktok.com/ZMYUqgGpF/>
- WYLIE, Christopher (2018). «El Brexit no habría sucedido sin *Cambridge Analytica*». Entrevista a Christopher Wylie por Pablo Guimón. *El país* 27 de marzo de 2018. [https://elpais.com/internacional/2018/03/26/actualidad/1522058765\\_703094.html?event=fa&event\\_log=fa&prod=REGCRARTCLB&o=cerradoclb](https://elpais.com/internacional/2018/03/26/actualidad/1522058765_703094.html?event=fa&event_log=fa&prod=REGCRARTCLB&o=cerradoclb)
- ZUCKERBERG, Mark (2012). «Facebook's letter from Mark Zuckerberg». *The guardian* 1 de febrero de 2012. <https://www.theguardian.com/technology/2012/feb/01/facebook-letter-mark-zuckerberg-text>



### The post—truth apparatus

This text approaches post—truth from a genealogical perspective understood in a Foucaultian sense; post—truth is interpreted as a lack of interest in the truth that unfolds in different ways in various practices, which in turn constitute different types of subjects. The text has three moments: the first is a general presentation of the Foucaultian genealogy from a methodological perspective, highlighting the main characteristics that according to it have the practices; the second describes three specific practices of the so—called post—truth era, namely, fake news and disinformation, bullshit and the relaxation of epistemic acceptability standards; finally, in the third, it is shown in what sense the characteristics outlined in the first moment appear in these practices and what types of subjects are produced by them.

**Keywords:** Post—Truth · Genealogy · Apparatus · Bullshit · Fake News.

### El dispositivo de la posverdad

El presente texto se acerca a la posverdad desde una perspectiva genealógica entendida en sentido foucaultiano; se interpreta a la posverdad como un desinterés por la verdad que se despliega de diferentes formas en distintas prácticas, las cuales, a su vez, constituyen diferentes tipos de sujetos. El texto tiene tres momentos: en el primero se hace una presentación general de la genealogía foucaultiana en perspectiva metodológica, resaltando las características principales que según ella tienen las prácticas; en el segundo se describen tres prácticas concretas de la llamada era de la posverdad, a saber, las fake news y la desinformación, la charlatanería y el relajamiento de los estándares de aceptabilidad epistémica; finalmente, en el tercero, se evidencia en qué sentido las características esbozadas en el primer momento aparecen en estas prácticas y qué tipos de sujetos son producidos por ellas.

**Palabras Clave:** Posverdad · Genealogía · Dispositivo · Charlatanería · Noticias Falsas.

---

**JOSÉ ANDRÉS FORERO—MORA** es profesor asociado del Departamento de Filosofía de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Bogotá—Colombia). Doctor en filosofía por la Universidad de los Andes (Colombia). Sus áreas de interés son la lógica y la argumentación, la filosofía del lenguaje contemporánea, las teorías contemporáneas de la verdad y la filosofía analítica. Es editor del libro *Racionalidad, lenguaje y acción. Perspectivas analíticas* (2016) y autor de varios artículos en revistas académicas.

**INFORMACIÓN DE CONTACTO | CONTACT INFORMATION:** Departamento de Filosofía, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Carrera 74 N° 81c —05 Código Postal: 111021, Bogotá, Colombia e—mail (✉): [jforero@uniminuto.edu](mailto:jforero@uniminuto.edu) · **iD:** <http://orcid.org/0000—0003—4880—9477>

**ALFONSO CASTELL** es profesor asistente del Departamento de Filosofía de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Bogotá—Colombia). Estudiante del Doctorado en filosofía de la Universidad de Granada (España) y Magister en filosofía de la Pontificia Universidad Javeriana. Sus áreas de interés son la filosofía francesa contemporánea, teoría crítica y fenomenología.

INFORMACIÓN DE CONTACTO | CONTACT INFORMATION: Departamento de Filosofía, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Carrera 74 N° 81c —05 Código Postal: 111021, Bogotá, Colombia e-mail (✉): [acastell@uniminuto.edu](mailto:acastell@uniminuto.edu) · [iD: http://orcid.org/0000-0002-0554-4766](http://orcid.org/0000-0002-0554-4766)

SANTIAGO SÁNCHEZ es licenciado en filosofía de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Bogotá—Colombia), joven investigador del Departamento de Filosofía de la misma Universidad en el proyecto de investigación: *reconfigurar filosóficamente la posverdad*. Sus áreas de interés son la filosofía política, la ética y el debate contemporáneo sobre los desacuerdos profundos.

INFORMACIÓN DE CONTACTO | CONTACT INFORMATION: Departamento de Filosofía, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Carrera 74 N° 81c —05 Código Postal: 111021, Bogotá, Colombia e-mail (✉): [santiago.sanchez.g@uniminuto.edu](mailto:santiago.sanchez.g@uniminuto.edu) · [iD: http://orcid.org/0000-0002-0554-4766](http://orcid.org/0000-0002-0554-4766)

---

#### HISTORIA DEL ARTÍCULO | ARTICLE HISTORY

Received: 17—July—2024; Accepted: 16—September—2024; Published Online: 30—September—2024

---

#### COMO CITAR ESTE ARTÍCULO | HOW TO CITE THIS ARTICLE

Forero—Mora, José Andrés; Castell, Alfonso y Sánchez Santiago (2024). «El dispositivo de la posverdad». *Disputatio. Philosophical Research Bulletin* 13, no. 28: pp. 57—79.

© Studia Humanitatis — Universidad de Salamanca 2024