

Subjetividad y fake news: Análisis de las noticias falsas en el proceso de sujeción

Subjectivity and fake news: Analysis of fake news in the process of subjection

Gonzalo Correa Rivera^{1,2} <https://orcid.org/0000-0003-2302-5457>

Gonzalo Lobos Sepúlveda¹ <https://orcid.org/0009-0003-6582-844X>

Johan Sánchez Salazar¹ <https://orcid.org/0009-0001-6029-0068>

1. Universidad Gabriela Mistral, Santiago, Chile
2. Universidad de Chile, Santiago, Chile

Autor correspondiente / Correspondence:
Gonzalo Correa Rivera
gonzalo.correar@ugm.cl

Recibido: 13 de Julio 2022

Aceptado: 2 de Agosto 2024

Publicado: 4 de Septiembre 2024

Received: July 13, 2022

Accepted: August 2, 2024

Published: September 4, 2024

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

En el presente artículo se intentará responder a la pregunta sobre qué tipo de subjetividad se constituye frente a la exposición de *fake news*, para defender la tesis de que las *fake news* resultan ser uno de los dispositivos que subjetivan lo que acá se llamará *sujeto de la sospecha*. Para defender esto señalaremos los efectos que han tenido las *fake news* a nivel tanto local como global. Luego se hará una breve revisión histórica para hablar de la primera *fake news*. Posteriormente, consideraremos la capacidad de viralización de las *fake news* y los intereses que están detrás de su fabricación. Después se mostrarán las causas de este fenómeno social, para por último explicar cómo estas resultan ser un dispositivo subjetivante de lo que llamaremos *sujeto de la sospecha*. Con el objeto de mostrar este último punto, se describirá brevemente qué se entiende por dispositivo y luego nos detendremos en el producto de este: el sujeto de la sospecha.

Palabras clave: fake news, subjetividad, dispositivo, posverdad, desinformación

This article will try to answer the question of what kind of subjectivity is constituted in the face of the exposure of fake news in order to show the thesis that fake news turns out to be one of the *dispositifs* that subjectivizes what will be called the *subject of suspicion*. To do so, we will start by pointing out the effects that fake news has had both locally and globally. Then, we will make a short historical tour to talk about the first fake news. Afterwards, we will talk about the viralization capacity of fake news and the interests behind their production. Then, we will describe the causes of this social phenomenon, and finally, we will go on to explain how they turn out to be a subjectivizing device of the subject of suspicion. Thus, we will start by briefly describing what is understood by the device, and then we will focus on its product: the subject of suspicion.

Keywords: fake news, subjectivity, device, post-truth, disinformation



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado

1. INTRODUCCIÓN

¿Cómo afectan las *fake news* al sujeto? ¿Y esa influencia conforma algún tipo de subjetividad en particular? Estas son las preguntas que trataremos de responder a lo largo del presente trabajo, con el fin de defender la tesis de que las *fake news* resultan ser uno de los dispositivos que contribuyen a la sujeción de los sujetos de una determinada manera. Al sujeto que genera esa sujeción lo denominaremos sujeto de la sospecha. Esto con el objetivo general de mostrar los efectos de las *fake news* en la sujeción de los sujetos. Así, se comenzará señalando los efectos que han tenido las *fake news* a nivel tanto local como global, de manera de destacar sus peligros. Luego haremos un pequeño recorrido histórico para hablar de la primera *fake news*, mostrando qué condiciones fueron necesarias para que se la reconociera como tal y qué aspectos tiene en común con las actuales. Posteriormente, consideraremos la capacidad de viralización de las *fake news* y de los intereses que están detrás de su fabricación. Después se mostrarán las causas de este fenómeno social, para por último explicar cómo las *fake news* resultan ser un dispositivo de sujeción que, entre otras figuras, produce lo que llamaremos *sujeto de la sospecha*. Con el objeto de mostrar este último punto, se describirá brevemente qué se entiende por dispositivo y luego nos detendremos en la caracterización de este tipo de sujeto.

Ahora, ¿qué es una *fake news*? Rini (2017) la define como

Una historia falsa que pretende describir eventos en el mundo real, imitando las convenciones de los reportajes de los medios tradicionales, pero que es conocida por sus creadores como falsa y se transmite con los dos objetivos de ser ampliamente retransmitida y de engañar al menos a parte de su audiencia (op. cit. p.5).

Esta última definición pone el acento en la influencia que ejercen las *fake news* en la opinión pública y, por lo tanto, como un elemento de sujeción relevante. Ejemplo de esto es que en India 14 personas fueron linchadas por turbas enfurecidas producto de videos o mensajes compartidos en distintas redes sociales (González, 2019). Algo similar sucedió en Colombia en noviembre de 2019 (González, 2019).

Los países desarrollados tampoco se salvan de sus efectos. Durante la reciente pandemia de COVID-19 se masificaron noticias que vinculaban el virus con las nuevas redes de internet móvil 5G, sosteniéndose que estas eran las responsables de la expansión de la enfermedad o que debilitaban el sistema inmunológico. Tal fue el impacto de estas *fake news* que en Reino Unido les prendieron fuego a mástiles de estas redes (Schraer & Lawrie, 2020). Otro caso emblemático ocurrió el 6 de enero de 2021, cuando una turba enfurecida se tomó el Capitolio en Estados Unidos, interrumpiendo una sesión del Senado, luego de que Trump declarara sin prueba al-

guna que había habido fraude electoral (Lissardy, 2022).

A nivel geopolítico, los ejemplos son igualmente dramáticos. Según Rodríguez-Ferrandiz (2019), en las elecciones del 2016 en EE. UU., en las que resultó elegido Donald Trump, las *fake news* jugaron un rol importante a la hora de hacer decantar a los indecisos entre el candidato republicano y la propuesta demócrata. Algo similar sucedió en Brasil con Jair Bolsonaro (Arthur Ituassu et al., 2019) y otro tanto ocurrió en Europa cuando Inglaterra decidió abandonar la Unión Europea luego del referéndum del Brexit (Marshall & Drieschova, 2018).

Considerando los ejemplos, se debe tener en cuenta que los fenómenos sociales son, desde el punto de vista de Foucault, fenómenos de poder (Malik et al., 2023), lo que permite entender que las *fake news* se vinculan con ellos, pero ¿de qué manera? En lo que sigue se intentará resolver este asunto.

2. BREVE ACERCAMIENTO A LA PRIMERA FAKE NEW DE LA HISTORIA

¿Desde cuándo existe este fenómeno? Según Sallas Abad (2019), la primera *fake news* de la historia, que fue llamada más tarde como “la gran mentira de la luna”, se puede rastrear hasta el año 1835, cuando el diario *The Sun* (Nueva York) informó durante seis días que el astrónomo inglés sir John Herschel había avistado vida inteligente en la luna gracias a un potente telescopio ubicado en Sudáfrica. En semanas, esta noticia salió de Nueva York para recorrer todo EE. UU., hasta llegar a Europa. Revisemos los puntos centrales de la publicación:

Se logra ver vida: *The Sun* publicaba, el 25 de agosto de 1835, que el prestigioso diario científico *Edinburgh Journal of Science* exponía los grandes descubrimientos producto del potente telescopio del astrónomo inglés Sir John Herschel. Con este telescopio se podían distinguir incluso los insectos que habitaban la superficie lunar.

Se ha observado vida compleja: El 26 de agosto de ese año se publicaron los descubrimientos de Sir John Herschel, que comprendían desde flores rojas hasta manadas de cuadrúpedos de distinta clase, unos parecidos bisontes y otros, a cabras.

Vida inteligente: al día siguiente, la publicación versaba sobre una especie de castores bípedos que habían dominado el fuego y que llevaban a sus crías en brazos, como lo haría cualquier persona. Esto fue acompañado con una ilustración.

Vida parecida a la humana: la publicación que salió a continuación habló de seres lunares parecidos a los humanos, criaturas cubiertas de pelo, de color cobrizo y con alas de membrana de piel. Estas fueron bautizadas en latín como “vesperilio homo” u hombres murciélagos. Tal era la potencia del telescopio que se lograba ver cómo conversaban, lo que daba a entender que eran seres racionales.

Avistamiento de construcciones: la quinta publicación

hablaba de una especie de templo esculpido en zafiro puro cuya función se desconocía y sumía a los astrónomos en la especulación.

Humanos murciélagos: en la última publicación se hablaba de una especie de humano murciélagos superior, más grande y sin pelo, cuyos grupos recolectaban frutas y sobrevolaban lagos lunares conviviendo pacíficamente (Salas Abad, 2019).

¿Qué hace que esta noticia fuera la primera *fake news* de la historia para el autor? Según Salas Abad (2019), esto se debe comprender considerando varios puntos.

Noticia de gran impacto emocional: la gran mentira de la luna causó una gran sorpresa en los lectores de Nueva York de la época. Lo anterior ya arroja luces sobre una de las características necesarias para que una *fake news* sea tal: debe ser una noticia causante de una respuesta emocional intensa, que en este caso fue sorpresa, pero que en muchas otras ocasiones puede ser indignación, rabia o miedo (González, 2019).

Capacidad de viralización: una segunda característica es la gran difusión que tuvo, lo que explica en parte su viralización (Baptista & Gradim, 2020). Esta solo se puede dar si existen las condiciones de posibilidad adecuadas, por lo que una tecnología que permite la masificación de cierto contenido informativo es esencial. En el caso de la gran mentira de la luna, fueron varias las condiciones que hicieron posible su masificación: a) el diario *The Sun* era lo que se llamaba un *penny press*, vale decir, un periódico barato, redactado en un lenguaje sencillo y de gran tiraje; b) otros periódicos *penny press* republicaron la noticia dado su éxito, aumentando así su masificación; c) fue tal el impacto que otros medios más prestigiosos, como *The New York Times*, también se hicieron eco de la misma, posibilitando que se ampliara a otros sectores a los que, de otro modo, no hubiera llegado; d) como se mencionó, en la época existían las condiciones tecnológicas que posibilitaron su gran difusión, en este caso resultaron ser las imprentas de gran tiraje, que permitían la impresión masiva de los *penny presses*, y la máquina a vapor, que permitió expandir la noticia por todo EE. UU. a través del ferrocarril y que llegara incluso a Europa en barco, cosa que no había sucedido hasta entonces. Y, por último,

Un público acrítico: los diarios *penny press* estaban dirigidos a un público común sin mucha formación. Sobre este último punto, Sarno y Black (2024) coinciden en lo que respecta a este fenómeno en la actualidad, al afirmar que “varios estudios han encontrado que los usuarios que son menos reflexivos cognitivamente (es decir, más impulsivos) son peores a la hora de detectar información falsa” (p. 1743).

Es importante destacar que estas tres característi-

cas se deben dar simultáneamente para que una *fake news* se viralice. Así, se comprende que estas condiciones se retroalimentan, potenciándose entre sí. Bien se podría dar el caso de que existan las condiciones tecnológicas para que una noticia se expanda rápidamente (lo que, de hecho, sucede) y que haya una masa de público acrítico que no compare las noticias en distintas fuentes (lo que, de hecho, existe), pero si la noticia no genera una reacción emocional intensa (como temor, rabia o sorpresa), carecerá del aliciente necesario para que se comience a compartir espontáneamente en conversaciones cotidianas y en redes. Del mismo modo, pueden existir los elementos técnicos que posibilitan la expansión de una noticia y esta puede ser de un impacto tal que generará una respuesta emocional intensa, pero si el público que la recibe se embarca en la tarea de comparar con otros medios, esta noticia también tendría una baja capacidad de difusión, desvitalizándose rápidamente.

3. LAS FAKE NEWS HOY EN DÍA

¿Y en nuestros días? Muchas de las características que posibilitaron el surgimiento de la gran mentira de la luna se han potenciado producto de la aparición de las redes sociales. Estas tienen un impacto masivo por medio de YouTube, X (antes llamado Twitter), Facebook, Instagram, WhatsApp, Snapchat y TikTok, entre otras plataformas, lo que implica un cambio de paradigma respecto al modo en que se consume la información. Baptista y Gradim (2020) coinciden con esta idea y afirman que

El objetivo de las noticias falsas contemporáneas es volverse virales. Por estos motivos, las noticias falsas pueden tomar la forma de una publicación de noticias (en el caso de Facebook) o de un *tweet* (en el caso de Twitter), tal como se presenta la noticia real en estas redes sociales (título, imagen, firma) (p. 4).

Según diversos investigadores, este cambio de paradigma se traduce en lo siguiente:

Pseudo medios de información: las redes sociales posibilitan la proliferación de los pseudo medios de comunicación para difundir información. Las intenciones de estos pueden ser de distinto carácter: algunos tienen fines político-ideológicos, otros económicos (se rentabilizan en concepto de publicidad) y otros se constituyen como comunidades conspirativas (Bernal-Triviño & Clares-Gavilán, 2019).

Sin línea editorial: a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, que tienen una línea editorial transparente, permitiéndole al lector elegir mediante qué medio informarse, en las redes sociales ocurren dos fenómenos en paralelo: 1) los pseudo medios de comunicación no tienen línea editorial, restringiendo la información disponible para el lector respecto al medio mismo; 2) cuando se comparte una noticia en un *story*, *reel* o por X, esta se presenta de manera independiente del medio del

que se extrajo, imposibilitándole al receptor conocer el perfil de la fuente (Zhang & Cheng, 2024).

Toma forma de noticia: la información difundida toma la forma de noticia con un encabezado y una fotografía, muchas veces seguidos de un breve texto. Esto permite que la noticia tenga un mensaje claro, fácil y rápido de digerir, posibilitando su difusión de manera sencilla y veloz (Bernal-Triviño & Clares-Gavilán, 2019; Baptista & Gradim, 2020).

Descentralización de la información: las redes sociales han dislocado la forma en que se socializa la información, pasando de un modelo centralizado en un *pool* amplio de medios de comunicación a uno descentralizado, donde los mismos usuarios pueden compartir y crear noticias en las cuentas de sus redes sociales. Estas noticias conviven con las de los medios convencionales, creando una superabundancia de noticias e información (González, 2019; Canavilhas et al., 2019).

Descubrimientos casuales: las redes sociales también transformaron la manera en que el sujeto se informa, pasando de un modelo activo, donde para informarse debe comprar el diario que más le gusta o encender la televisión o la radio a determinada hora para ver o escuchar el programa de su elección, a un modelo pasivo, donde el sujeto se encuentra con la noticia espontáneamente al momento de entrar a su cuenta (González, 2019).

El modo de adquirir la información se ha modificado a tal punto que podría suponer una revolución en la forma de hacer política, cosa que bien se muestra en el hecho de que durante 2022 el candidato Rodolfo Hernández pasó a segunda vuelta presidencial en su país sin participar en ningún debate oficial y poniendo el acento de su campaña en la red social TikTok (Moya Domínguez, 2022). Algo similar sucedió en Chile durante el año 2021, cuando el candidato Franco Parisi no asistió a ningún debate presidencial televisado y aun así quedó tercero en primera vuelta, por delante de los dos candidatos de los conglomerados tradicionales (Martínez, 2021).

A eso se le deben agregar tres elementos importantes que suceden en X, pero que bien se podrían dar en otras redes sociales: 1) hay estudios que señalan que en X la información falsa se difunde más lejos, más rápido y de forma más amplia que la verdadera, 2) los efectos son más pronunciados en las noticias políticas falsas que en las verdaderas, y 3) la información falsa recibe un 70 % más de retweets que la verdadera (Bernal-Triviño & Clares-Gavilán, 2019).

Ahora, ¿por qué las *fake news* tienen esta capacidad de viralización, incluso mayor que la de las noticias verdaderas? Esta pregunta es particularmente válida si se considera que tanto las noticias falsas como las verdaderas se masifican por el mismo medio, vale decir, la mera existencia de las redes sociales no explica el fenómeno. Las noticias falsas provocan emociones intensas tales como temor, rabia, indignación o sorpresa (Salas

Abad, 2019), lo que obliga a reaccionar, en el mejor de los casos republicando la noticia en una *story*, en Facebook o en X, y en el peor de los casos, quemando un mástil de una red 5G (Schraer & Lawrie, 2020), linchando a alguien supuestamente vinculado a un rapto (González, 2019) o interrumpiendo una sesión del Senado para tomarse el Capitolio (Lissardy, 2022). Zhang y Cheng (2024) confirman lo mencionado al sostener que “los hallazgos indican que es más probable que los usuarios compartan espontáneamente, en lugar de evaluar racionalmente los riesgos y beneficios antes de compartir” (p. 8).

Junto con lo anterior, se propone que al menos tres fenómenos pueden apreciarse producto de las *fake news*, a saber:

Efecto desinhibidor: este es uno de los factores que posibilitan y facilitan la propagación de *fake news* en la medida en que la interacción en línea abre el espacio para la utilización de perfiles falsos, lo que se traduce en la publicación de supuestos datos para desacreditar acciones, personas u organizaciones (Gutiérrez-Coba et al., 2020). Junto con esto, no siempre es necesario crear un perfil falso, el anonimato bien puede provenir de la masa: cualquier persona puede publicar información falsa con su propio nombre sin que ello acarree consecuencias negativas.

Efecto cascada: este se caracteriza porque la opinión del sujeto se fortalece en la medida en que comparte contenido y personas afines reaccionan positivamente a dicho contenido por medio de *likes*. Esto genera el efecto de una especie de caja de resonancia, donde la opinión, corroborada socialmente por los pares, se valida y, por tanto, se fortalece (Alonso-González, 2021 & González, 2019).

Polarización de grupos: seguido de la anterior, cuando alguien discrepa de dicha opinión, que ya ha sido socialmente corroborada, se acentúa el error de la persona que no está de acuerdo, tanto como se acentúa el propio acierto, provocándose un distanciamiento muchas veces insalvable entre estas posiciones (Alonso-González, 2021; González, 2019).

Con todo, ¿por qué existen las *fake news*, vale decir, para qué se fabrican? Esta pregunta tiene al menos dos respuestas, no excluyentes entre sí: la primera, por motivos económicos, y la segunda, por motivos ideológicos. Veamos primero los motivos económicos, tomando como ejemplo la gran mentira de la luna. El diario *The Sun* vendía 4.000 ejemplares diarios hasta que publicó su *fake news*. Durante el tiraje de esos seis días de las noticias de la luna alcanzó a vender 19.000 y en ese periodo se transformó en el diario más vendido del mundo. Fue tal el éxito que tuvo que, luego de las seis noticias, sacó un panfleto con toda la serie que alcanzó a vender 40.000 ejemplares en una semana (Salas Abad, 2019).

Esto quiere decir que fabricar esa noticia se tradujo en un éxito económico para el diario. En la actualidad no es diferente. Cuando una *fake news* se viraliza, se producen ganancias gracias a las plataformas de publicidad automática de Google, Taboola, OpenX o SunMedia (González, 2019). Baptista y Gradim (2020) coinciden con esta idea cuando afirman que “De hecho, compartir noticias falsas puede servir como una estrategia fraudulenta para ganar dinero con publicidad programática en la web, basada en visualizaciones y clics en línea” (p. 7). Un caso emblemático resulta ser las elecciones del 2016 en EE. UU., donde se descubrió que 140 páginas webs de noticias falsas que favorecían a Trump en contra de Clinton fueron creadas en un pueblo de Macedonia (Hughes & Waismel-Manor, 2021). Algunos de sus creadores afirmaron haber ganado más 5.000 dólares al mes con ellas en concepto de propaganda virtual (Salas, 2019).

Junto con los intereses económicos, están los ideológicos, y ambos podrían darse al unísono. No es azar que el ámbito en donde más abundan las *fake news* sea el político (Mendiguren et al., 2020), en la medida en que es este territorio donde se define el modo de vivir y convivir. Para entender esto, detengámonos en las elecciones de 2016 en Estados Unidos, en particular en la actividad de Twitter durante esa época. Durante el mes anterior a estas presidenciales, Twitter publicó más de 6,6 millones de *tweets* de noticias falsas, montajes o conspiraciones (Rodríguez-Ferrandiz, 2019). Otro dato importante es que Trump, en su primer mes de presidencia, atacó con nueve *tweets* a *The New York Times* y con cinco a *CNN* (Cabezuelo Lorenzo & Manfredi, 2019). Eso equivale a un *tweet* para atacar dos medios de prestigio internacional cada dos días. Y si a ello se le agrega que para 2019 la cuenta de Trump tenía 57.820.470 seguidores (ibíd.), se puede comprender la enorme cantidad de *retweets* que de ahí se desprendieron, lo que hace del alcance de este medio algo extremadamente masivo. Así, fue fácil para Trump y algunos de sus seguidores instrumentalizar las *fake news* como herramienta política en la medida en que determinan la percepción social. Rodríguez-Fernández (2019) menciona que algo similar ocurrió con Bolsonaro en las elecciones de Brasil.

Pero las *fake news* no solo fueron utilizadas por Trump y sus simpatizantes. En 2018 el Senado de EE. UU. validó el informe de la US Intelligence Community (macroagencia compuesta por 16 agencias gubernamentales) que demostraba que las elecciones de 2016 fueron intervenidas por *fakes news* que favorecían a Trump en contra de Clinton, provenientes de la Agencia Rusa de Investigación de Internet (Rodríguez-Ferrandiz, 2019), demostrando que este fenómeno también podría llegar a ser usado como un arma geopolítica de alcance internacional.

Entonces, ¿cuáles son las causas que explican este fenómeno? Considerando las propuestas de diversos autores (Baptista & Gradim, 2020; Mendiguren et al.,

2020; Hughes & Waismel-Manor, 2021; Salas Abad, 2019), se propone la siguiente sistematización:

Epistemológicas: los hechos influyen menos en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción y las creencias personales.

Culturales: declive de la confianza en las elites.

Económicas: monetización de la información y competencia producto de la publicidad asociada.

Tecnológicas: redes sociales y otras formas de viralización de información.

Canales de información: un cambio del paradigma de la información, de estar centralizada en un *pool* amplio de medios convencionales a estar descentralizada en medios informales.

Políticas: proliferación de populismos y nacionalismos tanto de izquierda como de derecha.

4. EL PROCESO DE SUJECCIÓN

Con todo lo avanzado corresponde analizar qué tipo de subjetividad se despliega a propósito de este fenómeno, pero primero corresponde detenerse un momento en el proceso de sujeción, vale decir, en los dispositivos subjetivantes, para luego entender las *fake news* como un particular dispositivo capaz de constituir el sujeto de la sospecha.

Para Foucault (1991), un dispositivo corresponde a “un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas” (p. 128). Los dispositivos son, sobre todo, una red dinámica, que en la práctica determina las acciones de los individuos en un cierto campo. Siguiendo esta línea, Deleuze (1990), en su texto *¿Qué es un dispositivo?*, sostiene que el concepto corresponde a determinadas curvas de visibilidad y de enunciaciones. Así, señala que los dispositivos

Son máquinas para hacer ver y hacer hablar. La visibilidad no se refiere a una luz en general que ilumina objetos preexistentes; está hecha de líneas de luz que forman figuras variables e inseparables de este o aquel dispositivo. Cada dispositivo tiene un régimen de luz, la manera en que esta cae, se esfuma, se difunde, al distribuir lo visible y lo invisible, al hacer nacer o desaparecer el objeto que no existe sin ella (p. 155).

Por tanto, la idea de dispositivo puede incluir edificios, cuerpos legales, burocráticos y todo instrumento de sujeción, incluyendo prácticas discursivas. Estas últimas se deben entender como aquello que Foucault (1997) denomina episteme, vale decir, como aquellas prácticas discursivas que construyen moldes de cuerpos de conocimiento, con sus reglas, juegos de verdad y falsedad, y sus formas de verificación, transformándose, por tanto, en saberes-poderes. Así, la episteme designa “el conjun-

to de relaciones que pueden unir, en una época determinada, las prácticas discursivas que dan lugar a unas figuras epistemológicas, a unas ciencias, eventualmente a unos sistemas formalizados” (Foucault, 1997, pp. 322-323). De esta manera, el dispositivo comprende tanto como trasciende la episteme.

El concepto de dispositivo dice relación con dinámicas emergentes con cierta dirección y sentido, vale decir, con un determinado fin. El supuesto acá es el de una estrategia sin estrategia y, en el caso de que hayan efectos imprevistos, estos serían producto del puro azar, del choque de las relaciones de fuerzas. Castro (2001) sostiene que por estrategia se debe entender un contexto de confrontación donde el objetivo es actuar sobre el adversario de modo tal de hacer imposible la lucha, por lo que en general se puede comprender como aquellos medios que permiten la obtención de la victoria.

Se comprende, entonces, que los dispositivos son dirigidos según una determinada estrategia y surgen de un posicionamiento friccionado de fuerzas. No obstante, a pesar de la estrategia, no hay exigencia de coherencia interna. Siguiendo esta línea es que Deleuze (1990) sostiene que muchas veces los sistemas que componen los dispositivos “siguen direcciones diferentes, forman procesos siempre en desequilibrio y esas líneas tanto se acercan unas a otras como se alejan unas de otras. Cada línea está quebrada y sometida a variaciones de direcciones (bifurcada y ahorquillada), sometida a derivaciones” (p. 155).

Así, las estrategias que constituyen el devenir del dispositivo pueden tomar diferentes vías de concretización. Como sostiene Deleuze (1990), los dispositivos son tanto curvas de visibilidad y de enunciaciones como líneas de fuerzas, las que rectifican, modifican o cambian aquellas curvas, haciendo que operen en ellas idas y venidas desde el decir al hacer y del hacer al decir. Los dispositivos son una red compleja, un posicionamiento de fuerzas que resulta ser coherente a ratos y contradictorio a otros, pero siempre comandado por una estrategia sin un *locus* de control central. Funcionan de manera muy similar a los paneles de abejas o colonias de hormigas, en los que la reina no tiene voz de mando, sino que su ocupación es meramente funcional.

Los dispositivos no corresponden a entes externos sobre los cuales podemos operar. Por el contrario, somos parte de estos y nos desenvolvemos en estos, estamos en ellos siendo parte de ellos, en cuanto que también nos constituyen. Nos moldean y los moldeamos en tanto que operamos dentro de estos, reproduciéndolos y perpetuándolos.

Para Agamben, el dispositivo corresponde a “un conjunto heterogéneo, que incluye virtualmente cualquier cosa, lo lingüístico y lo no-lingüístico, al mismo título: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas de policía, proposiciones filosóficas, etc. El dispositivo en sí mismo es la red que se establece entre estos elementos” (2011,

p. 250). Así sostiene que los dispositivos son producto del choque entre poder y saber, lo que quiere decir que también son el producto de una serie heterogénea de prácticas y mecanismos que tienen efectos en las acciones de los individuos, constituyéndolos en sujetos. Agamben es radical al sostener: “llamo dispositivo a todo aquello que tiene, de una manera u otra, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos” (op.cit. p. 257). El concepto para el autor es particularmente vasto, cosa que se confirma cuando dice:

No solamente las prisiones, sino además los asilos, el *panoptikon*, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas y las medidas jurídicas, en las cuales la articulación con el poder tiene un sentido evidente; pero también el bolígrafo, la escritura, la navegación, la filosofía, la agricultura, el cigarro, las computadoras, los teléfonos portátiles y, por qué no, el *lenguaje* mismo, que muy bien pudiera ser el dispositivo más antiguo [...] (p. 257, énfasis mío).

Para Agamben existen dos tipos de clases: los seres vivos y los dispositivos, y entre ellos, los sujetos. Esta tercera categoría es el resultado de lo que él llama “la relación cuerpo a cuerpo, por así decirlo, entre los vivientes y los dispositivos” (p. 258). Acá vale la pena hacer la comparación entre los dispositivos y un escultor. Para Agamben, los dispositivos toman al viviente como el mármol al cual el escultor le da forma golpe a golpe hasta transformarlo en sujeto. Si seguimos con la línea del autor, que sostiene que los dispositivos son capaces de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, en definitiva, de gobernar la conducta de los individuos transformándolos en sujetos, se ve con claridad que las *fake news*, en tanto que son capaces de influir en la opinión pública, determinando la forma de pensar, sentir y actuar de las personas, se constituyen como un particular tipo de dispositivo, que encuentra su hábitat natural en las redes sociales.

Así, se comprende que ha habido una proliferación creciente de dispositivos y que, por lo tanto, en nuestra época hay más dispositivos distintos que en ninguna otra, dando por resultado una gran gama posible de diferentes formas de sujetos producto de la variedad de sujeciones. Agamben (2011) comprende el dispositivo de la siguiente forma:

Los dispositivos no son un accidente en el cual los hombres se encontrarían por azar; estos prolongan sus raíces en el proceso mismo de “hominización” que ha convertido en humanos a los animales que agrupamos bajo la categoría de *homo sapiens* (p. 259).

Un poco más adelante sostiene que “en efecto, todo dispositivo implica un proceso de sujeción sin el cual no po-

dría funcionar como dispositivo de gobierno, aunque se reduzca a un puro ejercicio de violencia” (p. 261).

Esta proliferación de dispositivos nos da a entender que el sujeto no es el resultado final del operar de un dispositivo determinado, sino que la complejidad humana está compuesta por infinidad de aristas, cada una de ellas producto de dispositivos distintos, como si de un conjunto de pliegues se tratara. El viviente resulta ser, si se me permite la metáfora, como una hoja estirada, pero en la que cada uno de los dispositivos que en ella operan harán distintos pliegues y dobleces, deformando y formando la hoja, dándole cualidades únicas y resultando en un particular origami. El sujeto es el resultado final de cada uno de los pliegues subjetivantes que ejercen los distintos dispositivos sobre la hoja estirada original.

¿Cómo opera, entonces, la sujeción como pliegues producto de los dispositivos? Deleuze (1990) nos da la respuesta, cuando dice que

Lo que se subjetiviza son tanto los nobles, aquellos que dicen, según Nietzsche, “nosotros los buenos”, como los (aunque en otras condiciones) los excluidos, los malos, los pecadores, o bien los ermitaños o bien las comunidades monacales o bien los heréticos: toda una tipología de las formaciones subjetivas en dispositivos móviles (p. 157).

A partir de lo propuesto por Deleuze (1990), se comprende, entonces, que la sujeción producto del dispositivo tiene un carácter dialéctico, como las dos caras de una misma moneda. Las cárceles no solo ejercen el poder, es decir, modifican acciones y, por lo tanto, ejercen pliegues subjetivantes sobre los prisioneros, constituyéndolos como tal, sino que también realizan sus propios pliegues en los guardias que los vigilan, en los jueces que dictaron la sentencia, en los abogados que participaron en el proceso, etc. Realizan sus pliegues en los que están adentro y en los que están afuera. Algo análogo sucede con las *fake news* en tanto que dispositivos. Estas dejan sentir su influjo tanto en los que creen en ellas como en los que no creen en ellas, pero que, habituados a las mismas, vale decir, *desconfiados*, ya tienen la costumbre de corroborar las noticias sospechosas.

Si comprendemos, con Agamben (2011), que los dispositivos tienen la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de las personas, no cabe duda de que las *fake news*, como forma intencionada de conducción de actos, ideas y emociones, son, sin lugar a duda, un determinado dispositivo, de corta edad, pero de influjo imparable. Ahora, ¿qué tipo de sujeto constituyen las *fake news*? El sujeto de la sospecha que, desconfiado de los medios de comunicación tradicionales, se entrega a las redes sociales, como el que, desconfiado de tal o cual noticia, se embarca en la engorrosa tarea de compararla con otras fuentes. Pero, sin lugar a duda, los máximos exponentes del sujeto de la

sospecha son aquellos que, desconfiados de las instituciones y del sistema en general, creen y crean teorías conspirativas.

En definitiva, lo que se debe entender es que la estrategia de este particular dispositivo se traduce en una forma de gobierno. Por gobierno se entenderá la estructuración de un campo posible de acción de los otros (Botticelli, 2016).

¿Qué campo posible de acción, vale decir, qué tipo de gobierno posibilitan las *fake news*? Sin lugar a duda, el de la desconfianza. De esta forma, en términos foucaultianos, lo que vemos con las *fake news* es un dispositivo cuya topología se aloja en las redes sociales y que vehiculiza determinados saberes poderes con una estrategia de gobierno que se traduce en sospecha.

5. EL DEVENIR DE UN NUEVO TIPO DE SUJETO: EL SUJETO DE LA SOSPECHA

Las *fake news* son un particular dispositivo, cuya topología se encuentra en las redes sociales, toda vez que se comprende que estas influyen en la forma de pensar, sentir y actuar de las personas. Así lo entienden también Traslaviña y Macías (2021), cuando afirman que

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación permitieron la reconfiguración de los mecanismos de poder. La vigilancia y el control operan a través de dispositivos más flexibles y menos perceptibles, lo cual extiende su campo de acción y permite utilizarlos incluso fuera de las instituciones de encierro. En términos biopolíticos, la ayuda de dispositivos muchos más flexibles y cambiantes (cámaras, redes sociales, publicidad, celulares), que permiten modular y dirigir las conductas de gobierno más eficaces, que permiten inducir y direccionar cierta forma de vida [...] (p.73).

Es importante destacar que esta influencia es gracias al ejercicio de la fuerza que le otorga el poder, lo que permite hacer los pliegues constituyentes del sujeto. Foucault (2016), en *Tecnologías del yo*, sostiene que “El rasgo distintivo del poder es que algunos hombres pueden, más o menos, determinar por completo la conducta de otros hombres, pero jamás de manera exhaustiva o coercitiva” (2016, p. 138). El poder, entonces, no es otra cosa que acciones no coercitivas que modifican acciones, por lo que tiene un carácter más productivo que negativo (Basumatary, 2020; Suvak, 2021) ¿Y esa no es, acaso, una descripción del operar de las *fake news*?

El dispositivo de las *fake news* nos pone frente a una particular paradoja, consistente en que todo elemento subjetivo puede constituir, en cuanto hecho psicosocial, una realidad objetiva. Así, la creativa fabricación de una noticia tal como “hay vida en la luna” se constituyó como un hecho psicosocial durante unos días de agosto del año 1835 en Nueva York (Salas Abad, 2019). Pero la paradoja no acaba ahí. Del mismo modo, la metódica comprobación de la realidad, en cuanto pro-

viene de una subjetividad, puede considerarse psicossocialmente subjetiva. Así, hay un radical consenso entre los virólogos respecto a que el COVID-19 y las redes 5G no tienen ninguna relación, pero hubo (tal vez aún hay) un grupo de personas que desconfían de las comprobaciones científicas al respecto, sin importar qué tan rigurosas sean, dado que siempre son llevadas a cabo por una persona, vale decir, podrían ser parte de un “complot conspirativo” (Schraer & Lawrie, 2020). En este respecto coincido con Mihai (2022), cuando sostiene que “La proliferación de noticias falsas tiene consecuencias para la salud pública porque alimenta el pánico entre las personas y desprestigia a la comunidad científica ante la opinión pública” (p. 100).

En este contexto se entenderá por hecho psicossocial un sistema de creencias y sus emociones asociadas que son considerados como una verdad por un grupo de sujetos, determinando de esta manera su forma de actuar, sentir y pensar.

Con todo, se hace necesario acentuar que los hechos psicossociales no siempre coinciden con la realidad y hay ejemplos dramáticos en la historia de la humanidad que así lo demuestran. Era un hecho (psicosocial) que las mujeres no tenían la misma capacidad de discernir que los hombres, razón por la que no ejercían el derecho a voto o no estudiaban carreras profesionales. Del mismo modo, era un hecho (psicosocial) que las personas afrodescendientes eran inferiores, razón por la que se los esclavizaba. Ejemplos como estos son incontables a lo largo de la historia humana. Así, se comprende que las *fake news*, en tanto que acciones no coercitivas que modifican acciones, son una forma de poder que actúa por medio de la creación de verdades. En este contexto, se entenderá “verdad” en el modo en que lo hace Foucault (1980), vale decir, “el conjunto de reglas según las cuales se discrimina lo verdadero de lo falso y se liga a lo verdadero a efectos políticos de poder” (p. 188). Estos ejemplos dan muestra de que los hechos psicossociales son dependientes de una determinada forma de saber-poder.

Así, este particular dispositivo, potenciado por las redes sociales, podría estar relacionado con una superproducción de hechos psicossociales. A esto Byung-Chul Han (2022) lo denomina el nuevo nihilismo, propio del siglo XXI, donde la combinación de exceso de información y la sospecha consecuente de la misma, lejos de constituirse como un motor de búsqueda de la realidad, confunde. El autor sostiene que “en la era de las *fake news*, la desinformación y la teoría de la conspiración, la realidad y las verdades fácticas se han esfumado. La información circula ahora, completamente desconectada de la realidad” (p. 71). La desvinculación de información y realidad trae como consecuencia comunidades envueltas en hechos psicossociales propios, del todo alejados de las evidencias científicas. Así lo piensa Han (2022) también, cuando sostiene que “junto con las verdades fácticas desaparece también el *mundo común* al que podríamos

referirnos en nuestras acciones” (pp. 71-72). Una misma sociedad, fragmentada en comunidades con hechos psicossociales propios y excluyentes, se traduce en la ausencia de un mundo común, lo que ayuda a entender cómo es que ahora mismo hay un movimiento de terraplanistas (Munro, 2024), vale decir, un grupo de personas que vive en un planeta tierra plano y no esférico. También permite comprender cómo en medio de una pandemia fructificaron movimientos antivacunas (Huynh, 2022), cómo se vincularon las redes 5G con el COVID-19 (Schraer y Lawrie, 2020), cómo una turba se tomó el Capitolio (Lissardy, 2022) y cómo aún hoy hay escépticos respecto del calentamiento global (Leka & Furnham, 2024).

Se comprende entonces que, desde el punto de vista de Han (2022), la verdad (ahora comprendida de forma diferente a como lo hace Foucault, 1980) resulta ser un regulador psicossocial y el dispositivo de las *fake news*, con su consecuente polarización y teorías conspirativas, diluye la distinción entre verdad y falsedad. Es siguiendo esta idea que Han (2022) sostiene que “en la crisis de la verdad, se pierde el mundo común, incluso el lenguaje común. La verdad es un regulador social, una idea reguladora de la sociedad” (p. 73). Desde este punto de vista, la verdad, cual fuerza centrípeta, atrae hacia sí a los individuos configurándolos en una sociedad más o menos unida, pero la superabundancia de información, cuyo ejemplo por antonomasia son las *fake news*, ejerce una fuerza centrífuga, fragmentando lo que debería estar cohesionado. Esto explica lo que previamente se mencionó con el efecto cascada y el efecto de polarización de grupos producto de las redes sociales. Estos dos fenómenos fragmentan el tejido social en comunidades con creencias propias y excluyentes.

Desde el punto de vista de Han (2022), se comprende que el dispositivo de las *fake news* no fabrica mentiras. Esta última solo es posible cuando la distinción entre verdad y falsedad es clara. El mentiroso únicamente puede mentir en tanto que conoce la verdad. Es más, miente precisamente porque, conociendo la realidad, ve con claridad que le conviene mentir, vale decir, conoce muy bien la verdad, y es el vínculo esencial con esta lo que garantiza su éxito o fracaso. En cambio, las *fake news* dislocan la distinción entre verdad y falsedad, desarticulando la relación con la realidad, de manera que el que comparte una *fake news* en las redes sociales, o cree y masifica una teoría conspirativa, no está mintiendo, sino que se desapega de la verdad y, por lo tanto, de la realidad. En este sentido, Han (2022) sostiene que “cuando Donald Trump afirma sin tapujos cualquier cosa que le convenga, no es el clásico mentiroso que tergiversa de manera deliberada las cosas. Más bien es indiferente a la verdad de los hechos. Quien es ciego ante los hechos y la realidad es un peligro mayor para la verdad que el mentiroso” (p. 74). El dispositivo de las *fake news* no fabrica mentiras, y precisamente de ahí deviene su enorme peligro psicossocial y, con él, el riesgo a

la democracia.

Ahora conviene precisar los conceptos que Han (2022) no explícita, pero que sí da a entender. Verdad y falsedad son categorías lógicas, del tipo “es o no el caso”, por lo que la verdad tiene una coincidencia esencial con la realidad, tanto como la falsedad se distancia de esta. A esto se deben agregar honestidad y mentira como conceptos de carácter ya no lógicos, sino éticos, donde es la intención del emisor del mensaje la que se evalúa, y no su coincidencia con la realidad. El mentiroso *conoce* la verdad, razón por la que miente. Del mismo modo, alguien puede ser honesto y transmitir mensajes falsos. Este último es el caso de las *fake news* y las teorías conspirativas. Los sujetos que transmiten *fake news* en sus propias redes sociales no en pocas ocasiones lo hacen pensando que son una verdad, vale decir, que coinciden con la realidad, por lo que son enteramente honestos; no obstante, la información es falsa.

Las *fake news* no son simples mentiras; de la misma manera, las teorías conspirativas tampoco constituyen un error de juicio. Los errores de juicio mudan rápidamente cuando se obtiene más información. Creo ver a alguien, me acerco para ver mejor, y me doy cuenta de que en realidad era otra persona, así conozco la verdad. Se comprende, entonces, que el hecho de que la distinción entre verdad y falsedad esté dislocada desvincula al sujeto de la realidad, trayendo como consecuencia que este invierta más energía en reconectarse con esta. Este esfuerzo extra hace síntoma como ansiedad y se hace visible como sospecha. Todo lo cual se potencia con la hiperabundancia de información. En este sentido, Han (2022) dice que “cuanta más informaciones distintas recibimos, mayor es la desconfianza. En la sociedad de la información perdemos esta confianza básica. Es una sociedad de la desconfianza” (p. 82). Se comprende también que el sujeto de la sospecha es un sujeto ansioso y fácil de ofender, porque sospecha de las intenciones del otro. Vale decir, tiene un carácter paranoico. La hipervigilancia se traduce en que encuentra significaciones donde no las hay, y la falta de confianza en el otro se traduce en que la única fuente de certeza fiable sea su propio sentir individual, por lo que solo necesita su apreciación subjetiva de ser atacado para que esto se constituya como la evidencia que comprueba el hecho.

Ahora bien, cuando hablo del sujeto de la sospecha y mencionamos a las *fake news* como uno de los dispositivos configurativos del mismo, no se debe entender en ningún caso que este aspecto de la subjetividad es responsabilidad exclusiva de este dispositivo en particular, sino que es uno, quizás el más evidente (lo que no equivale a decir al más importante), de los muchos dispositivos que operan con esta estrategia. Así, el sujeto de la sospecha es un continuo, como todo proceso de sujeción, que se compone de un complejo entretreído en el que participan las *fake news*, una específica relación con la verdad/falsedad y emociones intensas (como

la sorpresa, la rabia o el miedo) que invitan a determinadas acciones, tales como la lectura, difusión de información o manifestaciones como las mencionadas en este artículo.

6. CONCLUSIÓN

Con lo expuesto, se puede argumentar que las redes sociales han cambiado el paradigma del consumo de información en la medida en que traen consigo pseudo medios de información que se caracterizan por no tener línea editorial explícita, y que exponen información que se hace pasar por cierta y que toma forma de noticia. Además, se cambia el modelo de información de uno centralizado en un *pool* amplio de medios de televisión, radio y periódicos, a uno descentralizado, donde se crean las condiciones para que cualquier persona pueda espontáneamente generar noticias y/o difundirlas, y el lector pasa de tener un rol activo en la búsqueda de la información a uno pasivo, puesto que le aparece espontáneamente la noticia en su *feed*. Todo esto está acompañado de tres efectos promovidos por las redes sociales: el efecto desinhibidor que se caracteriza por una interacción en línea que abre el espacio para la utilización de perfiles falsos que mantienen el anonimato o el anonimato de masas, donde mentir no trae consecuencias negativas, lo que posibilita la publicación de noticias falsas; el efecto cascada, que se caracteriza en que la opinión del sujeto se fortalece en la medida en que comparte contenido y este es respaldado por medio de *likes* y el efecto de polarización de grupos que se caracteriza del siguiente modo: si alguien discrepa de alguna opinión que ya ha sido socialmente respaldada por *likes*, se acentúa el error de la persona que no está de acuerdo, tanto como el propio acierto.

Todo lo mencionado resulta ser el caldo de cultivo ideal para la aparición y proliferación de *fake news*. Es importante destacar que este fenómeno no es algo nuevo, como bien se mostró con el caso de “la gran mentira de la luna”, pero a partir de la aparición de las redes sociales su desarrollo, alcance y consecuencias han tomado dimensiones capaces de impactar tanto en la política local (como en el caso de Trump y Bolsonaro) como en la geopolítica global (como en el caso del Brexit).

Desde acá se comprende el concepto adscribiendo al modo que lo define Rini (2017), vale decir, historias falsas que parecen ser noticias y que pretenden describir hechos de la realidad difundidas en internet o utilizando otros medios, creadas para influir en las opiniones políticas. Como se mostró, las *fake news* tienen dos grandes motivaciones, no excluyentes entre sí: la primera es económica, por las plataformas de publicidad, y la segunda es ideológica, como maneras de influir en la opinión pública.

Así, se comprende la tesis expuesta al comienzo, vale decir, que las *fake news* resultan ser uno de los dispositivos que contribuyen de una particular manera a la

sujeción de los sujetos, a los que, en este contexto, denotamos sujetos de la sospecha (Agamben, 2011). Este sujeto, formado, regulado y promovido por el dispositivo de las *fake news*, se caracteriza por tener comprometida la esfera de las creencias y la confianza. La falta de confianza se traduce en que este sujeto, en el mejor de los casos, busque nuevas fuentes de información para corroborar aquello sobre lo que tiene dudas o, en el peor de los casos, sustituya la evidencia por una creencia o teoría conspirativa con pretensiones de objetividad, aunque sin comprobación. Es en este sentido que Han (2013) sostiene en *La sociedad de la transparencia* que “la hiperinformación y la hipercomunicación dan testimonio de la falta de verdad” (p. 23). Así, como si se tratara de un devenir ineludible de su acontecer, toda vez que el sujeto es consciente de que en el exceso de información hay con demasiada frecuencia información que se hace pasar por cierta, este se constituye como un sujeto de la sospecha.

Para terminar, es de vital importancia mencionar que es posible que, con la llegada de la inteligencia artificial generativa, que es capaz de crear imágenes y videos con voces idénticas a las originales, nos hallemos en un nuevo momento de las *fake news*, uno en el que proliferen hechos psicosociales con respaldos gráficos y audiovisuales. Pero esto es algo que escapa a los objetivos del presente estudio y sus consecuencias no se han manifestado aún.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores no ha referido ningún potencial conflicto de interés en relación con el contenido de este artículo.

FINANCIAMIENTO

Esta investigación fue posible gracias al Concurso Interno de Investigación Disciplinar de la Universidad Gabriela Mistral

REFERENCIAS

- Agamben, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo? *Sociológica*, 73, 249-264.
- Alonso-González, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 1-25.
- Arthur Ituassu, L., Capone, L., Firmino, L. M., Mannheimer, V., & Murta, F. (2019). Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro. *Perspectivas de la Comunicación*, 12(2), 11-37.
- Baptista, J., & Grandim, A. (2020). Understanding fake news consumption: a review. *Social Sciences*, 9(10), 185. <https://doi.org/10.3390/socsci9100185>
- Basumatary, J. (2020). Michel Foucault on regenerative relatedness of power/knowledge and truth. *Journal of Indian Council of Philosophical Research*, 37, 323-341. <https://doi.org/10.1007/s40961-020-00224-4>
- Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es. *El Profesional de la Información*, 28(3), 211-236. e280312. <http://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Botticelli, Sebastián. (2016). La gubernamentalidad del estado en Foucault: un problema moderno. *Praxis Filosófica*, (42), 83-106.
- Cabezuelo Lorenzo, F., & Manfredi, J. L. (2019). Posverdad, fake-news y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 449-483.
- Canavilhas, J., Colussi, J., & Moura, Z.-B. (2019). Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: Un análisis de los grupos familiares en WhatsApp. *El Profesional de la Información*, 28(3), 1-14.
- Castro, E. (2001). *El vocabulario de Michel Foucault*. Editorial Universidad Nacional de Quilmes.
- Deleuze, G. (1990). *¿Qué es un dispositivo?* Gedisa.
- Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*. Editorial de la Piqueta.
- Foucault, M. (1991). El juego de Michel Foucault. En Michel Foucault, *Saber y verdad* (pp. 1-15). Ediciones de la Piqueta.
- Foucault, M. (1997). *La arqueología del saber*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (2016). *Las tecnologías del yo, y otros textos afines*. Editorial Pensamiento Contemporáneo.
- González, M. A. (2019). fake news: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de la Comunicación*, 45, 29-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Gutiérrez-Coba, L. M., Coba-Gutiérrez, P., & Gómez-Díaz, J. A. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el COVID-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia*. Taurus.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Herman, B. (2 de marzo de 2019). Mucho ruido y poca gente. Los terraplanistas arrancaron su congreso en Colón y explican por qué dicen que la Tierra es plana. *Clarín*. <https://www.clarin.com/sociedad/terraplanistas-arrancaron-congreso-colon-explican->

- dicen-tierra-plana_0_NNX90NJMk.html
- Hughes, H. C., & Waismel-Manor, I. (2021). The Macedonian fake news industry and the 2016 US election. *PS: Political Science & Politics*, 54(1), 19-23. <https://doi.org/10.1017/S1049096520000992>
- Huynh, H. P. (2022). Examining four types of anti-vaccination attitudes prior to and during the COVID-19 pandemic. *Curr Psychology*, 42, 28812-28819. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03660-4>
- Leka, J., & Furnham A. (2024). Correlates of climate change skepticism. *Frontiers Psychology*, 15, 1328307. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1328307>
- Lissardy, G. (6 de enero de 2022). Asalto al Capitolio: "Para algunos la insurrección del 6 de enero fue motivo de orgullo. A menos que haya un correctivo para ellos vamos a tener problemas en EE. UU.". *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-59889298>
- Malik, G. Sagikyzy, A. Tattibek, N., Bissembayeva, Z., & Nessipkaliyev, D. (2023). Three variants of the concept of power: a comparative analysis through theological inquiry. *Pharos Journal of Theology*, 104, 1-12. <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.515>
- Marshall, H., & Drieschova, A. (2018). Post-truth politics in the UK's Brexit referendum. *New Perspectives*, 26(3), 89-106. <https://www.jstor.org/stable/26675075>
- Martínez, J. (12 de octubre de 2021). Debate presidencial: ¿Por qué Franco Parisi no ha participado de los debates en TV? *Red News*. <https://redgol.cl/tendencias/Franco-Parisi--Por-que-el-candidato-no-ha-estado-en-los-debates-presidenciales--Situacion-judicial-y-razones-20211012-0010.html>
- Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., & Meso Ayerdi, K. (2020). Actitud ante las fake news: estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171-184.
- Mihai, E. C. (2022). Psychological effects of fake news – literature review. *Journal of Educational Sciences & Psychology*, 12(74)(2), 95-103. <https://doi.org/10.51865/JESP.2022.2.11>
- Moya Domínguez, M. (30 de mayo de 2022). Rodolfo Hernández construyó su éxito político a través de redes sociales como TikTok. *France 24*. www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20220530-elecciones-colombia-rodolfo-hernandez-%C3%A9xito-redes-sociales-tiktok
- Munro, D. (2024). Conspiracy theories, epistemic self-identity, and epistemic territory. *Synthese Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11229-024-04541-y>
- Rini, R. (2017). Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2), E-43-E-64. <https://doi.org/10.1353/ken.2017.0025>
- Rodríguez-Ferrandiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *El Profesional de la Información*, 28(3), e2803114.
- Rodríguez-Fernández, R. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>
- Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 411-431.
- Sarno, D. M., & Black, J. (2024). Who gets caught in the web of lies?: understanding susceptibility to phishing emails, fake news headlines, and scam text messages. *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 66(6), 1742-1753. <https://doi.org/10.1177/00187208231173263>
- Suvak, V. (2021). Foucault: od mikrofyziky moci ku governmenta. *Filozofia*, 76(3), 195 - 208. <https://doi.org/10.31577/filozofia.2021.76.3.3>
- Schraer, R., & Lawrie, E. (6 de abril de 2020). Coronavirus: las teorías conspirativas sobre el 5G y el COVID-19 que llevaron a la quema de mástiles de telefonía celular en Reino Unido. *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52182841>
- Traslaviña, K.; Macías, G. (2021). Michel Foucault: escuela, sexualidad y procesos de subjetivación. *Cuestiones de Filosofía*, 7(29), 59-78. <https://doi.org/10.19053/01235095.v7.n29.2021.12746>
- Zhang, Z., & Cheng, Z. (2024). Users' unverified information-sharing behavior on social media: the role of reasoned and social reactive pathways. *Acta Psychologica*, 245, 104215. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104215>