

# La posverdad en la era del panóptico digital

*Post-truth in the Age of the Digital Panopticon*

Carlos HERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

Universidad de Sevilla

villaelpintor93@gmail.com

**Resumen:** Vivimos en un mundo donde el carácter ficcional se ha introducido en nuestras vidas. Fantasía y realidad ahora convergen en el mismo marco: las *fake news*. La posverdad en este tipo de noticias hace eco a través de las redes sociales utilizadas como medios psicopolíticos. El neoliberalismo usa estos instrumentos gracias a los *big data* con el fin de fragmentar la información y, asimismo, la verdad. Nuestra condición posmoderna ha sido uno de los factores, así como el desarrollo de las ciencias de la computación, que ha dado pie a esta situación donde la verdad es lo menos que interesa. Nos movemos en busca de afectos, reacciones, *likes*; en la era de la información lo que importa es la emoción, la racionalidad ha sido desechada.

**Palabras clave:** posverdad, panóptico digital, psicopolítica, neoliberalismo, *big data*.

**Abstract:** We are living in a world where the fictional character has been introduced in our lives. Fantasy and reality converge

in the same framework: the fake news. Post-truth in these kinds of notices do echo through the social media used like psychopolitics methods. Neoliberalism uses these tools thanks to big data with the objective of fragmenting the information and, also, the truth. Our postmodern condition has been one of the elements, also the development of computing science, that gives rise to this situation in which truth is not important. We move to search affects, reactions, likes; in the information era the most important is the emotion, rationality is not.

**Keywords:** post-truth, digital panopticon, psychopolitics, neoliberalism, big data.

*Fecha de recepción:* 27/7/2020  
*Fecha de aceptación:* 17/2/2021

### 1. Posverdad: más allá de la verdad o la falsedad

Vivimos en la era de la información donde podemos tener una amplia perspectiva del mundo a través de distintos medios digitales. Vivimos en el sueño de nuestros bisabuelos donde a golpe de clic podemos hacer casi cualquier cosa, ¿o quizás vivimos en una de sus pesadillas?

La realidad se ha complejizado bastante desde aquellos tiempos. La política, los canales donde se transmitía la información, inclusive, la propia democracia, ha mutado desde entonces. Lo que nunca ha cambiado, y dudamos que alguna vez cambie, es la mentira política. Hoy nos encontramos con un fenómeno que no solo se puede encuadrar en la falsa promesa del político. Nos hallamos delante de un nuevo tipo de lenguaje falaz y persuasivo que está más allá de la verdad o la falsedad. Nos referimos a la posverdad.

Este término, *post-truth*, fue la palabra del año en 2016 para el diccionario de Oxford. Este lo define de la siguiente manera: «relativo a las circunstancias donde las personas responden más a la emociones y las creencias que a los hechos en cuestión» (*Oxford Learner's Dictionaries*). No es baladí el por qué el diccionario más emblemático de la lengua inglesa escogió esta palabra y no otra. Lo hizo a consecuencia de dos fenómenos políticos relevantes: el Brexit y las elecciones de Donald Trump.

El término posverdad nace hace treinta años, en 1992, de la mano de Steve Tesich. El concepto se forja a través del estudio de la situación discursiva de la política de Estados Unidos donde

se destacan tres momentos: el robo de Nixon de algunos documentos al partido demócrata, la administración de Reagan de la situación de Irán-Contra y, por último, Bush y la primera guerra del Golfo (Ramos, 2018: 285). En los discursos de los diferentes presidentes la línea de la verdad y la mentira se hace muy estrecha, tan estrecha que no se puede llegar a diferenciar entre una u otra. Ya no importaba que Nixon hubiese robado documentos o no, lo que importaba eran las emociones que él le ponía en su discurso de justificación. La muerte de los hechos se vaticinaba.

El desarrollo conceptual del término no fue asentado hasta comienzos de siglo con el libro *The Post Truth Era* (2004) donde la posverdad deja de ser algo fundamentalmente político que va de arriba abajo, de los dirigentes a los ciudadanos, para llegar a ser algo frecuente en distintos campos de la vida. En esta concepción debemos destacar que los hechos son los que se ajustan a nuestros marcos mentales y no al revés. A medida que pasan los años, en el desarrollo del concepto, vamos viendo cómo el ego pesa más y más. La línea de lo real la marca el yo y sus preferencias. No hay una clara diferencia entre los hechos y mis opiniones, que pueden ser o no contradictorias, solo puede haber algo real, esto es, el mundo visto desde mis ojos y desde mi experiencia. La verdad, en un sentido fuerte, pasa a ser mermada para, ahora, verla hecha añicos.

Si avanzamos un poco más en el tiempo encontraremos la destacada tesis que sostiene Harry Frankfurt en su libro *On Bullshit: Sobre la manipulación de la verdad*. En esta el *bullshiter*, aquel que usa las estrategias de la posverdad, se nos presenta como un charlatán que no tiene interés por la verdad. «Al charlatán no le interesa mentir porque no cree que eso sea posible. Tampoco cree que se pueda decir la verdad; solo utiliza la información y argumentos extraídos de diversas fuentes con la finalidad de

lograr sus objetivos» (Quintana, 2007: 317). La posverdad no es lo contrario a la verdad, pues, eso sería la mentira. El mentiroso oculta su trampa lingüística para que nadie le pille. Lo hace a sabiendas que lo que dice no es verdad. Sin embargo, el *bullshiter* o charlatán niega el criterio de demarcación entre lo verdadero y lo falso, su discurso está más allá de estas premisas. Manipula los hechos, sin importar en realidad qué son, para hacer creer al otro lo que él desee. Como explica Lomelí:

La posverdad se traduce en la imposibilidad de alcanzar verdad alguna dada la falta de criterios de corroboración que se establecen. Implica verdades que se contradicen; verdades que ya no dependen de los hechos o de la lógica, sino que se enraízan en las emociones y que encuentran en lo político un campo fértil. (2019: 350)

Como ya sabemos, la política y las emociones siempre han ido de la mano. Los discursos heroicos de los representantes, los advenimientos de crisis y pesadumbre, el miedo difundido hacia un tipo de ideología contraria al partido. La emoción en todo discurso del día a día supone un punto crucial, ¿cómo no iba a serlo para alguien que gobierna una nación? El problema reside cuando el discurso solo está orientado hacia la emoción de quien escucha, no es relevante lo que haya pasado o esté por pasar, la importancia está en la emocionalidad del mensaje que llega al receptor.

En esta línea discursiva de fuerte emocionalidad también podemos encontrar propaganda, mecanismo distinto del de la posverdad. Según cómo lo define Bobbio, Matteucci y Pasquino (1998: 1298):

La propaganda puede definirse como la difusión deliberada y sistemática de mensajes destinados a un determinado auditorio y que apuntan a crear una imagen positiva o negativa de

determinados fenómenos (personas, movimientos, acontecimientos, instituciones, etc.) y a estimular determinados comportamientos. La propaganda es por consiguiente un esfuerzo consciente y sistemático dirigido a influir en las opiniones y acciones de un público determinado o de toda una sociedad.

La propaganda siempre ha sido concebida como un instrumento político de malversación de la democracia por su relación con las políticas totalitarias, por ejemplo, de la Alemania nazi o del fascismo italiano. Sin embargo, el panorama democrático actual utiliza el mismo recurso de llegar a la raíz del sujeto a través de las emociones sin ningún tipo de escrúpulo para orientar nuestra manera de pensar y actuar. Como prosiguen Bobbio, Matteucci y Pasquino (1998: 1298): «La propaganda se diferencia de otras formas de persuasión en cuanto da importancia a elementos meramente emotivos, recurre a estereotipos, pone de relieve únicamente ciertos aspectos de la cuestión, tiene un carácter partidista, etc.».

¿Estamos ante una democracia antidemocrática? Desde el advenimiento de la posverdad la democracia está en crisis. La posverdad, al cruzar la franja entre lo verdadero y lo falso, se ha constituido como un nuevo tipo de lenguaje político donde se hace eco a través de las *fake news*. Las trampas ahora pasan a formar parte de las reglas del juego. La posverdad abraza a la democracia porque no se percibe como la negatividad de lo verdadero sino como una introducción del carácter ficcional de nuestras ideas a la realidad. Como explica Menéndez (2021: 311):

Del mismo modo que una imagen no es la realidad, sino su representación, y que una vez fabricada funciona con independencia de ella, la posverdad y sus manifestaciones funcionan con independencia de la realidad a la que alude, se establece sobre bases falsas difundidas como ciertas, dinamitando los

principios elementales del concepto de noticia, su veracidad, su objetividad y la ética profesional.

El criterio de correspondencia entre lo real y lo verdadero ha explotado en el discurso político. La democracia cada vez más abraza el sentimentalismo acercándose a los límites oscuros de la pospolítica. Un claro ejemplo lo tenemos con las elecciones por la presidencia de Madrid en este año 2021 y el cartel de Vox en referencia a los pensionistas y los menas: el juego de las emociones, la realidad sesgada y parcializada, la posición política que se quiere adoptar ante el fenómeno.

La posverdad es una cuestión de fe donde no cabe contestación ni réplica. Se afirma la posesión de la razón y la verdad, lo que conduce al descreimiento y negación del otro: hacer malo al otro nos convierte en redentores, salvadores y profetas. (Hernández, 2021: 312)

## 2. *Panóptico digital: vigilar y datificar*

La cuestión de la verdad en la información ha pasado a ser poliédrica. Hoy, más que nunca, se nos arroja o bien, a un escepticismo de la información que proviene de los medios, o bien, a una defensa a ultranza de lo dicho. Estamos ante un sendero con únicamente dos vías: los que están conmigo y los que están en contra mía. ¿Cómo hemos llegado a esta situación tan maniquea?

No pretendemos dar una respuesta definitiva al asunto, sería demasiado pretencioso por nuestra parte, sin embargo, podemos esbozar algunas cuestiones troncales para comprender el fenómeno. En primer lugar, debemos destacar nuestra condición posmoderna. Desde que este concepto fue acuñado por Lyotard (1979) hemos asistido al comienzo del fin del pensamiento, es decir, a la muerte de los grandes relatos: La negación de llegar a

una verdad objetiva, la supremacía de la individualidad frente a la figura del otro, la defensa ultranza de la libertad (algunas veces confundiendo con libertinaje).

La postmodernidad abrió paso a la incredulidad con relación a patrones totalizadores no solamente en el plano epistemológico, como también en el plano ético. En este sentido, si para Kant la ética se opone a la flexibilidad de las máximas morales y la relatividad de los parámetros de conducta, en el entorno postmoderno la moral se torna individualista y subjetiva: cada individuo es libre de portarse como considera más adecuado. Propiciando una ética de la informalidad y de la espontaneidad. (Palácio y Capovilla, 2021: 187)

Aquí llegamos a un concepto clave: espontaneidad. La concepción del tiempo y del espacio también han cambiado. De vivir en un tiempo, espacio y valores sólidos, como a comienzos del siglo xx, ahora lo que caracteriza a nuestra época es la fluidez, la inmediatez y la espontaneidad. Si la condición postmoderna fue introducida por el avance tecnológico, hoy, este avance, traducido en praxis vital, se ha asentado. La ligereza de nuestras relaciones románticas, la nueva concepción del trabajo donde resuena la pregunta, ¿quedarme treinta años cotizando en el mismo trabajo para que otro se haga rico? Todo este marco de pensamiento queda expresado en la metáfora de Bauman (2015: 73):

Los pasajeros del barco del «capitalismo pesado» confiaban (no siempre sensatamente, por cierto) en que los selectos miembros de la tripulación autorizados a subir a la cubierta del capitán llevarían la nave a destino. Los pasajeros podían dedicar toda su atención a la tarea de aprender y seguir las reglas establecidas para ellos y escritas en letra grande en todos los corredores del barco. Si protestaban (o incluso se amotinaban), era

contra el capitán, que no llevaba la nave a puerto con suficiente rapidez o que no atendía debidamente a la comodidad de los pasajeros. En cambio, los pasajeros del avión del «capitalismo liviano» descubren con horror que la cabina del piloto está vacía y que no hay manera de extraer la misteriosa caja negra rotulada «piloto automático», ninguna información acerca del destino del avión, del lugar donde aterrizará, de la persona que elegirá el aeropuerto y de si existen reglas que los pasajeros puedan cumplir para contribuir a la seguridad del aterrizaje.

Más que nunca estamos solos: nosotros y el mundo. No hay figuras intermediarias, aparentemente, entre el yo y lo que existe fuera de mí. Estas son las consecuencias del atomismo de la sociedad de las que la política, a través de los medios digitales, se ha servido para aumentar el control sobre los ciudadanos. Esta «nueva» política, a saber, tecnopolítica, tiene cinco puntos capitales: Una política distribuida, una política vigilada, una política permanente, una política omnisciente, una comunicación personalizada y, por último, una comunicación política desintermediada (Gutierrez-Rubí, 2020: 102-104).

Todos los puntos que acabamos de comentar pueden llegar a darse a través del mundo digital ya que este se compone de datos. La tecnopolítica se da gracias a que los sujetos han dejado su subjetividad atrás, en la nube todo son datos: reacciones, *likes*, *posts*. Las personas, como si de una epidemia se tratase, nos hemos ido convirtiendo poco a poco en meras estadísticas.

Los estados tecnopolíticos que utilizan estos instrumentos bajo la política neoliberal donde lo que importa es la productividad y el control, pueden darse gracias a los *big data* o también llamados datos masivos. Este «capitalismo ligero», como lo mencionaba Bauman, se da a través de un salto cualitativo de las ciencias de la computación al pasar de un sistema lineal

a un sistema de procesamiento transversal. Este sistema, datos masivos, permite recopilar cantidades ingentes de información en procesos muy cortos de tiempo. Los superordenadores que permiten que existan estos datos masivos registran toda nuestra actividad en redes: los *likes* que damos, los comentarios que ponemos, cuántas veces clicamos en un mismo anuncio. Esta arma neoliberal además de ser *techo* también es *psico* ya que penetra en las psique de los individuos introduciéndose en las emociones de los sujetos. La política se sirve de este control por parte de las redes sociales para realizar psicografías, o dicho en clave más psicoanalítica, radiografías del subconsciente. Así, los motores de análisis masivo, pueden prever qué nuevo mueble queremos comprar para el salón o qué partido político nos interesa más.

Si utilizamos las redes sociales, cualquiera que sea, debemos saber que estamos expuestos ante la vigilancia de las empresas que son gigantes en el mundo de los datos: Google, Facebook, Twitter, etc. De esta manera es como el panóptico digital es capaz individualizar nuestras preferencias marcadas por algoritmos. Este tipo de vigilancia dentro de la realidad virtual nos hace introducirnos de lleno en una fundición de la fantasía con la realidad, pues, se nos muestra una realidad a la carta donde nuestros deseos marcan lo que acontece. ¡Nosotros somos los pilotos del avión! Aunque, *a posteriori*, nos damos cuenta que ejercemos nuestra libertad a través del libre alineamiento de publicar lo que nos ocurre; la aporía de la libertad en el sujeto neoliberal.

El poder inteligente se ajusta a la psique en lugar de disciplinarla y someterla a coacciones y prohibiciones. No nos impone ningún silencio. Al contrario: nos exige compartir, participar, comunicar nuestras opiniones, necesidades, deseos y preferencias; esto es, contar nuestra vida. (Han, 2014: 29)

Ya no hay ninguna figura de autoridad que nos diga qué es lo correcto o incorrecto, lo real o lo irreal. Ya no hay piloto que nos de órdenes, cada uno viaja solo dentro del mismo avión. Es por ello que las redes favorecen la avatarización del sujeto. Situarse en un querer ser más que en un propio ser. La dinámica práctica de las redes nos orientan hacia un desdoblamiento de nosotros donde la persona que sale en la foto de Instagram no es más que una ficción de él mismo, un rol que debe cumplir dentro de unas leyes no escritas en las propias redes sociales: aparentar ser feliz.

Las emociones surgen con el cambio de los estados, con los cambios de percepción. La racionalidad, por el contrario, corre paralela a la duración, la constancia y la regularidad. Da preferencia a las relaciones estables. La economía neoliberal, que en pos del incremento de la producción permanente destruye la continuidad y construye inestabilidad, impulsa la *emocionalización* del proceso productivo. Asimismo, la aceleración de la comunicación favorece su *emocionalización*, ya que la racionalidad es *más lenta* que la emocionalidad. La racionalidad es, en cierto modo, *sin velocidad*. De ahí que el impulso acelerado lleva a la *dictadura de la emoción*. (Han, 2014: 72)

Este yo descentralizado, acorporal y ficcional de lo único que se nutre es de la reacción de los otros, de aquellos que en el mundo no virtual no les importa tanto pero que ahora cobran una relevancia tremenda. Las redes no son más que máscaras que nos ponemos que se nutren del deseo y de emociones primarias. La política lo sabe bien, por eso se aprovecha de ello.

La mayoría de dispositivos conectados funcionan hoy como marcos cotidianos de fantasía, marcos normalizados que solapan el mundo digital y el mundo de las cosas y los cuerpos que se tocan, huelen y susurran más allá de los ojos y las yemas de los dedos. El «marco» casi siempre es visible pero tan habitual

que tendemos a obviarlo, fundiendo lo presentado y lo representado, conduciendo dónde empieza lo simbólico y dónde lo imaginario, dónde termina o donde se funde con lo real. (Zafra, 2020: 69)

### 3. *El discurso posverdadero en redes*

La posverdad se retroalimenta del panóptico digital debido al uso del lenguaje que emplea. Más imagen y menos texto. Más emocionalidad y menos racionalidad. Más rapidez y menos perspectiva. Más ruido y menos silencio. Todos estamos informados pero nadie sabe nada.

Lo que se nos presenta en las redes sociales y las *fake news* es un cóctel molotov de emocionalidad y falsedad. Si juntamos sujetos virtuales con una identidad ficticia los cuales únicamente se mueven por y para el deseo y las mezclamos con unas noticias que únicamente buscan remover sensaciones en sus lectores sin atender a la realidad misma tendremos como resultado la manipulación de información únicamente para continuar con la expectación. Estos son los instrumentos de los que se sirve la política actual que ejerce su poder en redes a través de medios psicopolíticos. Como afirma Han (2014: 25):

El Big Data es un instrumento psicopolítico muy eficiente que permite adquirir un conocimiento integral de la dinámica inherente a la sociedad de la comunicación. Se trata de un conocimiento de dominación que permite intervenir en la psique y condicionarla a un nivel prerreflexivo.

Los medios por los que la posverdad se distribuye, es decir, a través de las *fake news*, no podrían darse sin el aparataje tecnológico subyacente, los *big data* y el panóptico digital. Sin un control en masa de las opiniones, gustos y preferencias no se podrían

presentar la realidad parcializada tal como la vemos en nuestro días. El panóptico digital funciona como una cárcel de pensamiento donde las ideas preconcebidas están permanentemente con nosotros. Todo esto, recordemos, no se podría dar sin un fenómeno paradójico: la celeridad.

Esperar la cola del supermercado nos parece una pérdida de tiempo enorme. En esos minutos podríamos haber visto un vídeo de YouTube (puesto al doble de su velocidad) y haber escuchado dos canciones. Queremos sentirnos productivos en todo momento, no podemos estar «perdiendo» el tiempo. Necesitamos hacer algo, ver algo, escuchar algo. Estas sensaciones del día a día son comunes ya que nuestra sociedad padece síndrome de impaciencia crónica contagiada por la actividad de las redes. El marco temporal que vivimos hoy es puntillista, a diferencia de otros tiempos que era lineal (Bauman, 2015).

Es la impresión y no ya la concentración la que sujeta la vida en red. Conectados, pesa más la imagen y el vistazo frente a la lectura y la reflexión pausada. Dificilmente toleramos la profundidad del pozo para resistir como mucho el escarbar de un dedo en la tierra digital y cotidiana. Y este asunto me parece importante, entre otras cosas porque apunta a la ansiedad contemporánea como base de la posverdad como respuesta. (Zafra, 2020: 72)

El bombardeo de información constante hace que ante tanta hipervisibilidad nos quedemos ciegos. Necesitamos perspectiva y silencio para pensar mejor. No podemos estar sometidos al repetitivo discurso no racionalizado que se da en medios digitales y tener ideas claras. La claridad es fruto de la espera, del reposo y del hábito. Contrariamente lo que busca la tecnopolítica y sus medios. Esta lo único que desean es seguir repitiendo un ciclo infinito de subidas y bajas de emoción.

El siglo XXI es también el siglo del espectáculo. Los programas televisivos promueven en forma de *realities* conductas estereotipadas y poco edificantes, pero llamativas; si no conmueven en el minuto de un plano, aburren, lo que obliga a un permanente esperpento. Todo puede explicarse en menos de un minuto a una población semiculta. El hombre postmoderno no piensa, se informa; busca emoción en la noticia más que verdad, por eso las noticias falsas, diseñadas para ello, son más virales que las verdaderas: se adaptan mejor a lo que se demanda. (Aznar, 2018: 32)

#### 4. Conclusiones

Como hemos visto, la posverdad supone un grave problema en nuestra sociedad actual. Si la información que recibimos por parte de los medios está sesgada e intencionalmente dirigida a un punto en concreto nosotros miraremos a no ser que hayamos cosechado un poco de pensamiento crítico. Es fundamental para la resolución de esta problemática que los consumidores de redes sociales hagamos un buen uso de ellas: hablar con amigos que están lejos, buscar nuevas oportunidades de trabajo, aprender en canales educativos. Hagamos una pedagogía de las redes. De cómo, para qué y por qué utilizarlas. «Si queremos que la posverdad pierda terreno es necesario recuperar una educación crítica que reeduce a la población a saber dudar adecuadamente. En este sentido, una de las herramientas más importantes para poder evitar que la posverdad se potencia es la duda» (Ruiz, 2019: 21). Entrar en el escepticismo total de que existe una conspiración mundial donde algunos referentes políticos manejan los hilos del mundo desde las sombras para saber Dios sabe qué, es dudar demasiado, pues, caeríamos, nuevamente, en un relativismo. Tenemos que dudar de las noticias que vemos, no dejarnos

arrastrar por las emociones y pensar fríamente. Debemos mantener la perspectiva frente al mundo que se nos muestra pero tampoco podemos negar el mundo que se nos representa.

Nos encontramos dos problemas principales en nuestra propuesta de la duda. Primero, no podemos cosechar la duda, que hace tanta falta hace, en el mundo tan acelerado que vivimos a no ser que renunciemos en cierta manera a estar en medio de la sobreaceleración. «Dudar requiere tiempo, tiempo para poder reflexionar sobre los temas que estamos analizando. Tiempo que dedicamos a acudir a otros muchos estímulos más apetecibles en lugar de centrarlo en la duda» (Ruiz, 2019: 21). Si queremos comenzar a hacer una pedagogía de las redes lo primero será saber cuándo utilizarlas y no usarlas de manera cotidiana a todas horas. Y segundo, comenzar a dudar significa que no lo sabemos todo. Recordemos la mítica frase de Sócrates: «Solo sé que no sé nada». O bien, de la mano de Platón: «La filosofía nace del asombro». Si nos asombramos es porque no lo damos por hecho, si damos la realidad por sabida y nos vemos a nosotros mismos como entendidos no podremos llegar a dudar. Antes de nada debemos de reconocer nuestra ignorancia frente al mundo para, a posterior, preguntarnos qué, por qué y cómo ocurren los fenómenos que ocurren.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZNAR, F. (2018). «El mundo de la posverdad». *Cuadernos de estrategia*, 197, pp. 21-82.
- BAUMAN, Z. (2015) *Modernidad líquida*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- BOBBIO, N., MATTEUCCI, N. y PASQUINO, G. (1998). *Diccionario de política*. México D. F.: Siglo XXI.
- FRANKFURT, H. (2006). *On Bullshit! Sobre la manipulación de la verdad*. Barcelona: Paidós.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2020). «Tecnopolítica y los algoritmos». En SABARIEGO, J., JOBIM, A. y BALDASIERRA, E. (orgs.). *Algoritmos*. São Paulo y Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 102-112.
- HAN, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- HERNÁNDEZ, C. (2021). «Big Data, Comunicación y Consumo: Del panoptismo benthamiano al panoptismo digital». En ELÍAS, R. y JIMÉNEZ, G. (coords.). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua, pp. 63-78.
- KEYES, R. (2004). *The post truth era*. Nueva York: St. Martin's Press.
- LOMELÍ, J. (2019). «Posverdad y psicopolítica». *Análisis*, 51(95), pp. 347-364. doi: <https://doi.org/10.15332/21459169.4475>.
- LYOTARD, J.-F. (1987). *La condición posmoderna*. Buenos Aires: Cátedra.
- MENÉNDEZ, J.-M. (2021). «Posverdad: Una cuestión de fe». En MANCINAS, R. y CÁRDENAS, M.-L. (coords.). *Medio y comunicación en tiempos de posverdad*. Madrid: Fragua, pp. 310-314.
- PALACIO, F. y CAPOVILLA, C. (2021). «Posverdad: Etapa suprema de la postmodernidad». En MANCINAS, R. y CÁRDENAS, M.-L. (coords.). *Medio y comunicación en tiempos de posverdad*. Madrid: Fragua, pp. 183-203.

- POST-TRUTH (2016). *Oxford Learner's Dictionaries*. Disponible en: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=Post-truth>.
- QUINTANA, P. (2007). «On Bullshit! Sobre la manipulación de la verdad». *Discusiones filosóficas*, 8 (11), pp. 316-329.
- RAMOS CHÁVEZ, A. (2018). «Información líquida en la era de la posverdad». *Revista General De Información y Documentación*, 28(1), 283-298. doi: <https://doi.org/10.5209/RGID.60809>.
- RUIZ, J. C. (2019). «Posverdad, escepticismo y pensamiento crítico: el ciclo de la vida pública». En BALLESTEROS, L. y BERMÚDEZ, M. (eds.). *La posverdad a debate*. Madrid: Egregius, pp. 13-26.
- ZAFRA, R. (2020). «Redes y Posverdad». En SABARIEGO, J., JOBIM, A. y BALDASIERRA, E. (orgs.). *Algoritmos*. São Paulo y Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 69-82.