

# ANÁLISIS

## INFOMEDIACIÓN Y POSVERDAD: EL PAPEL DE LAS BIBLIOTECAS

Infomediation and post-truth: The role of libraries

Mercedes Caridad-Sebastián, Ana-María Morales-García, Sara Martínez-Cardama y Fátima García-López



**Mercedes Caridad-Sebastián** es catedrática y directora del *Departamento de Biblioteconomía y Documentación, ISchool* de la *Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)*. Doctora en Ciencias de la Información por la *Universidad Complutense de Madrid*, ha sido vicerrectora de *Extensión Universitaria* de la *UC3M*, directora del *Instituto Agustín Millares* y directora del *Master en Información y Documentación*. Dirige el grupo de investigación *Acrópolis*. Tiene publicados varios libros y numerosos artículos en revistas, tanto nacionales como internacionales, de prestigio reconocido además de haber participado en numerosos congresos con ponencias y comunicaciones. También ha dirigido numerosas tesis doctorales que avalan su trayectoria académica. Ha sido vocal asesor de la *Aneca*.  
<https://orcid.org/0000-0001-7486-8353>

mercedes@bib.uc3m.es



**Ana-María Morales-García** es profesora del *Departamento de Biblioteconomía y Documentación* de la *Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)*. Doctora en Documentación y master en Información (UC3M). De 2010 a 2018 ha sido vicedecana de la *Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación* y subdirectora del *Instituto Agustín Millares*. Es integrante del grupo de investigación *Acrópolis*. Ha publicado en revistas nacionales e internacionales con índices de calidad y es autora y coautora de varios libros.  
<https://orcid.org/0000-0001-9432-8047>

amorales@bib.uc3m.es



**Sara Martínez-Cardama**, profesora del *Departamento de Biblioteconomía y Documentación* de la *Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)*, es doctora con mención internacional y premio extraordinario (UC3M). Tiene un master en Investigación en Documentación con premio extraordinario fin de estudios (UC3M). Diplomada y licenciada en documentación por la *Universidad de A Coruña* con premio nacional. Ha sido beneficiaria de una beca FPU del *Ministerio de Educación*. Es integrante del grupo de investigación *Acrópolis*. Ha publicado artículos en revistas nacionales e internacionales, capítulos de libros, y ha sido miembro del comité organizador y científico de varios eventos nacionales e internacionales.  
<https://orcid.org/0000-0001-7035-5884>

smarti1@bib.uc3m.es



✉ **Fátima García-López** es profesora del *Departamento de Biblioteconomía y Documentación* de la *Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)*. Doctora en Documentación. Forma parte del *Comité de Dirección del Master en Bibliotecas y Patrimonio Documental* de la *UC3M* y desde julio de 2010 es secretaria académica del *Instituto Universitario Agustín Millares (UC3M)*. Es integrante del grupo de investigación *Acrópolis*. Ha publicado artículos en revistas nacionales e internacionales, ha sido autora y coautora de libros y capítulos de libros y ha participado como ponente y conferenciante en diferentes reuniones de carácter científico.  
<https://orcid.org/0000-0003-2200-1584>

fatimag@bib.uc3m.es

Departamento de Biblioteconomía y Documentación

Instituto Agustín Millares

Universidad Carlos III de Madrid

Madrid, 128. 28903 Getafe, Madrid, España

## Resumen

Análisis de la posverdad y, especialmente, del fenómeno subyacente de las *fake news* (noticias falsas) en lo que atañe a la evaluación y capacidad para identificar fuentes fiables y el papel de las bibliotecas como infomedieras. Se revisan las principales iniciativas internacionales propuestas por organismos como la IFLA o la ALA y se proponen, a tenor de la bibliografía consultada, dos principales vías de actuación: la inclusión en programas de alfabetización informacional, principalmente ampliando las alfabetizaciones mediáticas para que estén orientadas desde una perspectiva más cívica; y la curación de contenidos, realizando guías temáticas que sean un punto de información sobre el fenómeno y sus herramientas de verificación de hechos, pero que también actúen de pasarela para difundir información propia de la colección de la biblioteca.

## Palabras clave

Posverdad; Noticias falsas; Verificación de hechos; Infomediaciόn; Bibliotecas; Alfabetización informacional; Curación de contenidos; Guías temáticas.

## Abstract

Analysis of post-truth and, especially, of the underlying phenomenon of fake news in terms of evaluation and ability to identify reliable sources, and the role of libraries as infomedieras. The main international initiatives proposed by organizations such as IFLA and ALA are discussed. According to the bibliography reviewed, two main kinds of action are proposed: inclusion in informational literacy programs, mainly extending media literacy so that they are oriented from a more civic perspective; and content curation, making thematic guides that are a point of information about the phenomenon and its tools to verify facts. Libraries should act also as a gateway to disseminate information of the library's collection.

## Keywords

Post-truth; Fake news; Fact-checking; Infomediation; Libraries; Information literacy; Content curation; Thematic guides.

**Caridad-Sebastián, Mercedes; Morales-García, Ana-María; Martínez-Cardama, Sara; García-López, Fátima** (2018). "Infomediaciόn y posverdad: el papel de las bibliotecas". *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 891-898.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.17>

## 1. Introducción

El nuevo entorno tecnológico sumado a la capacidad de interacción de los medios sociales favorece la aparición de relatos distorsionados o verdades alternativas ante cualquier hecho. En esta era, la verdad de la noticia parece que no importa, sino que se diluye en un entorno multiplataforma en el que las fuentes de información periodísticas tradicionales conviven y, a veces, se ven superadas por redes sociales como Facebook o Twitter.

Este nuevo marco favorece el uso de términos que, si bien a veces son semejantes, se emplean de manera errónea. Uno de los conceptos más utilizados en el discurso político y social del momento, calificado como palabra del año en 2016, es el neologismo "posverdad" (*post-truth*), definido en el *Diccionario de Oxford* como aquello

"relativo o referido a circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y las creencias personales" (*Oxford Dictionaries*, 2016).

La Real Academia Española lo incorporó a finales de 2017. Pese a que el incremento de uso del término viene ligado a hechos históricos recientes como el Brexit y las elecciones presidenciales en Estados Unidos, su origen se remonta a 1992 en un artículo de Steve Tesich sobre la Guerra del Golfo. <https://goo.gl/1pgCnW>  
<https://goo.gl/w7Pqms>

Por otro lado, el término *fake news* (noticias falsas) copó los principales titulares de la prensa y se convirtió en 2017, al igual que la anterior, en la palabra del año por el *Diccionario Collins* (*Collins Dictionary*, 2017). Según éste, su uso ha au-

mentado en un 365% después de que Donald Trump fuera elegido presidente. Lo que surgió en un ámbito político, actualmente constituye una categorización utilizada en todos los contextos informativos.

Tal y como señala Corner (2017), es necesario establecer diferencias entre ambos conceptos, a pesar de sus vinculaciones semánticas. La posverdad supone un cambio de paradigma en la esfera política y mediática. Mientras la posverdad es el resultado de una construcción social lenta, el fenómeno *fake news* se aplica a una de las muchas variantes de desinformación generadas en entornos mediáticos caracterizados por su rapidez y viralidad.

Al igual que posverdad y *fake news* no son sinónimos, tampoco son términos equivalentes al concepto de desinformación. Como apunta Moles-Plaza (2017), el concepto de posverdad incorpora ciertas novedades:

- los destinatarios no pertenecen a un corpus social homogéneo, ni con capacidad de mando para modificar decisiones, y no se trata sólo de una manipulación del objeto (canal y contenido), como en el caso de la desinformación, sino que apela a las convicciones y emociones de los destinatarios;
- la multiplicidad de canales y la confusión entre emisor y receptor en los medios sociales favorece la imposición rápida del mensaje, algo diferente al concepto de desinformación más clásico;
- esta simultaneidad favorece la mezcla de información veraz con otra que no lo es tanto para fabricar una "verdad alternativa" (término surgido en parte de la nueva extrema derecha como el movimiento *Alt-Right* (*Alternative-Right*)).

Por otra parte, **Ball** (2017) plantea que asimilar el problema de la desinformación al fenómeno de *fake news* es un reduccionismo ya que constituye un debate acerca de la salud de la comunicación pública. Tal y como se˜ala David Mikkelson, fundador del *fact-checker Snopes*,

“we have a bad news problem, not a fake news problem”.

Este autor apunta a la existencia de noticias carentes de total rigor e integridad o sesgadas, que responden a modelos ideológicos de negocio.

<https://www.snopes.com/author/snopes>

En este sentido, son muchas las voces críticas en contra del periodismo actual de baja calidad. **Rosen** (2017) se˜ala que el periodismo tradicional no lucha con las dinámicas que debería frente a estas nuevas tendencias.

Teniendo esto en cuenta, se analiza este fenómeno vinculándolo con el papel potencial que pueden desarrollar los profesionales de la información y bibliotecas como aliados y *partners* de una realidad compleja que debe ser abordada desde diferentes \'ambitos: político, periodístico y educativo. Si bien los profesionales de la información han venido desarrollando desde época temprana labores de infomediación, esta intervención es ahora más necesaria que nunca. Las bibliotecas como servicios y agentes de la comunidad, deben constituir un elemento facilitador en este proceso: reubicando y redefiniendo las nuevas alfabetizaciones mediáticas, fomentando el pensamiento crítico y convirtiéndose en un elemento clave en su papel de *advocacy* en la sociedad en lo que respecta a este debate que comienza a estar en la agenda política de varios organismos y gobiernos.

Las publicaciones sobre el papel de las bibliotecas en la lucha contra las noticias falsas aparecidas en el \'ltimo año constatan el interés sobre este tema. La mayoría de la bibliografía científica proviene del sector bibliotecario anglosajón, especialmente americano. Por lo que respecta a España, se ha detectado falta de estudios especializados y de políticas bibliotecarias sobre el tema. Este hecho contrasta con las iniciativas de organizaciones internacionales con competencias en la materia como la *ALA (American Library Association)* o la *IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions)*. En cuanto al entorno político, instituciones como la *Comisión Europea* y, en nuestro país, la *Secretaría de Estado de Sociedad de la Información y la Agenda Digital* comienzan a implantar medidas y a manifestar la necesidad de hacer algo al respecto.

## 2. Contexto de la posverdad

La posverdad se considera un fenómeno poliédrico en cuanto a sus dimensiones de estudio. Es también transversal en las consecuencias que puede tener para todas las capas de la ciudadanía. Desde el punto de vista de la colectividad ciudadana, constituye un peligro para los sistemas democráticos pudiendo dirigir a los ciudadanos hacia formas particulares de pensar: desinformando o haciendo propaganda sobre personas y acontecimientos. Desde la perspectiva del individuo, tendría implicaciones en cuanto a la dinámica de la transmisión y asimilación de la información.

Por ello, para contextualizar el fenómeno de la posverdad

en el presente estudio se han categorizado tres elementos que pueden considerarse definitorios para entender mejor el fenómeno:

- nuevos hábitos en el acceso y uso de la información;
- contexto político y social;
- contexto tecnológico.

### 2.1. Nuevos hábitos en el acceso y uso de la información

Se refieren a los cambios en la manera en que se accede a la información en los \'ltimos años. Los datos del *Pew Research Center* (2017) muestran que el 67% de los adultos estadounidenses se informan a través de redes sociales (frente a un 49% que lo hacía cinco años antes). En el caso español, el *Digital news report* (**Newman et al.**, 2017) muestra que las redes sociales y los blogs, con un 16%, se convierten en el medio preferido y son la \'unica fuente que crece en el conjunto de las fuentes online.

Las bibliotecas deben redefinir nuevas alfabetizaciones mediáticas, fomentando el pensamiento crítico y convirtiéndose en un elemento clave en su papel de *advocacy* en la sociedad

Por otro lado, la viralidad e inmediatez con que la información circula por las redes fuerza a comportamientos rápidos en su consumo y difusión. **Gabielkov et al.** (2016) han demostrado que el 59% de las noticias publicadas en *Twitter* se comparten si haberlas leido. Otra de las consideraciones es que muchos internautas no van más allá del titular o resumen de la noticia en estas redes, sin verificar el contenido general de la noticia que muchas veces dista de coincidir con su impactante titular.

Las redes sociales utilizadas como agregadores de noticias tienen, además, consecuencias en nuestro comportamiento informativo (**Fernández-García**, 2017). Una de ellas son los llamados filtros burbuja o *bubble filters*. Se trata de la teoría de **Pariser** (2011) sobre la personalización en sitios web y redes sociales. Este filtro burbuja hace que la información que nos llega sea a través de la personalización y nuestros “me gusta” y nos distancie de otras opiniones, lo que refuerza y acorta nuestra visión del mundo.

### 2.2. Contexto político y social

La situación social y política de los \'ltimos años contribuye a fomentar este clima que afecta al contenido informativo: campa nas como las elecciones presidenciales de Estados Unidos o el *Brexit* han provocado que algunas noticias difundidas polarizaran a parte de la población. En el caso de las presidenciales, las noticias falsas llegaron a eclipsar a las reales. Esto fue especialmente acusado en la plataforma *Facebook*, tal y como muestra *Buzzfeednews* (2016) en un estudio en el que los *engagements* de las noticias falsas fueron superiores durante la campa na electoral.

A esto se une el descrédito social y la desconfianza en los medios. Un estudio de la *Knight Foundation* (2017) muestra la falta de confianza sobre todo en las poblaciones más

jóvenes respecto a los medios tradicionales. Tal y como señalan **Marcos-Recio, Sánchez-Vigil y Olivera-Zaldúa** (2017) los medios tradicionales ya no son generadores de opinión pública ni referentes informativos, cediendo este papel a la inmediatez que suponen las redes sociales. Este hecho está vinculado también a la pérdida de autoridad que han propiciado las redes en favor de una participación colectiva, en el que papel del emisor se expande a cualquier usuario que puede ser generador de contenidos.

### 2.3. Contexto tecnológico

El proceso de intercambio de información en los medios de comunicación social está mediatisado por el funcionamiento de los algoritmos programados llamados *bots*, responsables de la creación de burbujas informativas que, como se ha señalado, propician el aislamiento informativo de los miembros de un grupo determinado, que perciben que sus gustos e intereses representan las preferencias de la mayoría. Estas prácticas son vistas como un peligro para los sistemas democráticos tanto en la bibliografía científica como por parte de los gobiernos. A este respecto, cabe señalar la injerencia de *bots* extranjeros que han bombardeado las redes sociales en muchos de los acontecimientos políticos actuales (**Burkhardt, 2017; Besi; Ferrara, 2016**).

### 3. *Fake news*: orígenes, tipos y *fact-checking*

A pesar de que esta investigación plantea el tema de las *fake news* en el contexto actual, este fenómeno ha sido una constante a través de la historia. El investigador de *Harvard*, **Darnton** (2014), encuentra en Procopio de Cesarea, ya en el siglo VI, usos de noticias falsas para intentar desacreditar al emperador Justiniano. Siglos después, en la II Guerra Mundial no podemos olvidar el papel del ministro de Propaganda nazi Joseph Goebbels, que fue uno de los más conocidos fabricantes de *fake news* o noticias falsas con sus 11 principios de la Propaganda.

En la actualidad, las noticias falsas se distribuyen bajo cualquier motivación (económica, ideológica o de contenido político o relacionada con la ciberdelincuencia), otras están marcadas por una gran subjetividad que lleva implícito que una misma realidad sea vista desde distintos ángulos y que una noticia falsa, que no tiene que ser falsa en su totalidad, represente una distorsión de los hechos o un punto de vista distinto.

Es por ello importante realizar una categorización de los tipos de noticias falsas y de las fuentes de donde provienen. A este respecto, **Zimdars** (2016) encabeza un equipo de investigación que ha creado el recurso colaborativo *Open Sources*, estableciendo los siguientes criterios para clasificar las fuentes de webs no fiables:

<http://www.opensources.co>

- *Fake news*: fabrican información falsa o distorsionada.
- Sátira: utilizan el humor o la exageración para categorizar noticias actuales.
- Sesgo (*bias*): transmiten información descontextualizada y opiniones distorsionadas como hechos.
- Teorías conspirativas: difunden teorías excéntricas sobre conspiraciones.

- Creadoras de rumores: difunden rumores, chismes o informaciones no verificadas.
- Noticias estatales: se aplica a países represivos en cuanto al acceso a la información.
- Ciencia basura (*fake science*): difunden pseudociencia, metafísica o falacias naturistas.
- Generadoras de odio: fomentan la miseria, el racismo, la homofobia y otras formas de discriminación.
- *Clickbait*: información sensacionalista, exagerada y tendenciosa pero proporcionada por fuentes generalmente fiables. Se vincula al uso de titulares engañosos, muy orientados a las redes sociales y a los anuncios por *click*.
- Proceda con precaución: habitualmente suelen ser fiables, pero requieren verificación posterior.
- Políticas: proporcionan información generalmente verificable en apoyo de ciertos puntos de vista u orientaciones políticas.
- Creíbles: sujetas a las reglas de la ética periodística tradicional. En este sentido, Zimdars apunta que incluso estas fuentes acuden a un estilo *clickbait* en titulares, por lo que las organizaciones de noticias no son perfectas, y recomienda la verificación en múltiples fuentes de información.

A nuestro entender, Zimdars ejerce una importante labor de categorización, aunque los items creados atienden a modelos conceptuales concretos y maneras de pensar, pueden mezclarse entre sí, ya que una noticia puede pertenecer a varias categorías al mismo tiempo.

En la lucha contra las *fake news*, algunos autores consideran que el problema es tecnológico y debe combatirse desde la propia tecnología. **Berghel** (2017) valora la creación de *apps* o niveles de detección de esta información en los buscadores, similar al filtrado de spam. Así mismo, los gigantes tecnológicos tratan de realizar consejos y aplicaciones al respecto:

- Google ha implantado una etiqueta de verificación para las noticias que aparecen en *Google News* haciendo que los editores incluyan etiquetas *ClaimReview* en *schema.org*<sup>1</sup>. Por su parte, contribuye a las iniciativas sobre la creación de plataformas digitales que apoyan el periodismo de calidad como *Digital News Initiative* y forma parte de la *International Fact-Checking Network*.
- Facebook y WhatsApp han tratado de desarrollar tecnología para frenar estas noticias o identificar fuentes no fiables. El primero ha introducido un texto que enseña a sus usuarios a distinguir noticias falsas basándose en 10 consejos comunes en todo estudio de evaluación de fuentes (examinar URL, contrastar con otras fuentes...).

La solución en esta lucha no puede venir únicamente de la tecnología. Es esencial el factor humano, que detrás haya profesionales responsables de filtrar y realizar una curación de contenidos. En este sentido, uno de los principales mecanismos de lucha contra la construcción de la posverdad serían los *fact-checking* (verificación de hechos) realizados por actores cívicos o medios de comunicación (*FactCheck*, *PoliTifact*, *Snopes*, *Washington Post Fact-checker*), que, si bien también deberían ser evaluadas (**Batchelor, 2017**), contri-

buyen a revelar con datos esos mecanismos que utiliza la posverdad para presentar hechos alternativos.

Detrás de todas estas iniciativas está la preocupación de que este hecho constituya una amenaza real para nuestros sistemas democráticos. Estudios recientes subrayan la facilidad con que la desinformación sobre temas cívicos se difunde online y por las redes sociales, la incapacidad de los jóvenes para medir la confiabilidad y fiabilidad de tal información y el impacto de noticias y tweets falsos (SHEG, 2016).

Al igual que en otras cuestiones de calado, como la transparencia de los gobiernos e instituciones, la sociedad civil ha ido por delante de la agenda política. Las medidas desde el \'ambito político para luchar contra las *fake news* son mucho más recientes. La Un n Europea ha implantado dos iniciativas hasta el momento, en este sentido:

- un grupo de expertos de primer nivel para aportar elementos de reflexión sobre el tema (entre los que se cuenta la plataforma española *Maldito Bulo*);
- una consulta pública tanto a ciudadanos como a periodistas y organizaciones (*Comisión Europea*, 2018).

Asimismo, algunos gobiernos empiezan a legislar ya a nivel estatal, como el gobierno de Macron en Francia. En España, el tema empieza a estar en la agenda política coordinado por la *Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital*.

No obstante, todas estas acciones carecen de sentido si no existe una conciencia crítica sobre el consumo de información y si estos *fact-checkers* se convierten en proveedores de datos sin contexto, en vez de en espacios de conocimiento. Como se ha señalado, el papel que pueden aportar los profesionales de la información es hoy más importante que nunca, ya que son los aliados perfectos en cualquiera de estas iniciativas.

#### **4. La biblioteca como aliada en el *fact checking*: la lucha contra las *fake news***

Las bibliotecas y los profesionales de la información han sido desde siempre los agentes infomediarios de la sociedad. Esa labor de *gatekeeper*, o lo que actualmente se denomina *content curation* vuelve a repensarse, revisando las competencias y funciones que deben desempe nar los gestores de la información en el entorno digital. En el caso concreto del papel de las bibliotecas en lucha contra las *fake news*, las aportaciones desde la bibliografía profesional son bastantes genéricas, predominando las buenas intenciones muy ligadas a la realidad política norteamericana actual. El contexto de la posverdad, no obstante, exigiría por parte de estas instituciones la materialización de propuestas más concretas. Para **Finley y McGowan** (2017) esta lucha tan desigual entre biblioteca y posverdad debería ser abordada bajo tres pilares:

- gestión de la colección digital;
- instrucción bibliotecaria (alfabetización informacional);
- su papel de *advocacy* en la sociedad.

Las asociaciones profesionales con competencias en la materia tampoco están siendo ajenes al fenómeno. La IFLA (*International Federation of Library Associations and Institutions*)



<http://www.ifla.org/ES/node/11631>

ha publicado una sencilla infografia denominada "¿Cómo detectar noticias falsas?" (IFLA, 2017), basándose en una guía de buenas prácticas en la que se subraya que la mejor manera de parar el fenómeno es la educación y el apoyo en este proceso de los bibliotecarios y profesionales de la información, expertos en la valoración crítica de fuentes.

Traducida a 37 idiomas, es utilizada por instituciones bibliotecarias, parlamentarias y universidades de todo el mundo. La IFLA anima a los profesionales de las bibliotecas a participar en los debates sobre los medios de comunicación e iniciar una acción conjunta sobre las nuevas multialfabetizaciones, entre ellas ayudar al ciudadano a adquirir mayor confianza para combatir la desinformación.

**IFLA anima a los profesionales de las bibliotecas a participar de los debates sobre los medios de comunicación e iniciar una acción conjunta sobre las nuevas multialfabetizaciones**

Por su parte, la *American Libraries Association (ALA)* a través de *Programming Libraries* ha compilado recursos con el fin de asesorar y guiar a las bibliotecas del país a ofrecer una mejor programación a sus usuarios para perfeccionar sus habilidades a la hora de discernir las noticias falsas. Además, dentro de la iniciativa de concienciación pública *Libraries Transform* se reivindica el papel tradicional de las bibliotecas en la verificación de hechos y en el fomento del compromiso crítico.

<http://www.programminglibrarian.org>

En el ámbito bibliotecario español apenas existe bibliografía científica sobre el tema. De momento, la actuación de la institución para luchar contra las noticias falsas se está debatiendo en los blogs de algunos profesionales de la información (Baratz, 2017). Así mismo, las iniciativas desarrolladas por las bibliotecas españolas son meramente testimoniales: únicamente se ha identificado un taller teórico práctico sobre la posverdad del *Centro de Documentación del Musac* (2017) y una exposición celebrada en la *Biblioteca de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid*, también en 2017.

Los profesionales de la información han venido desarrollando desde época temprana labores de infomediación, pero esta intervención es ahora más necesaria que nunca

Basándonos en las iniciativas localizadas en el mundo bibliotecario anglosajón, se propone en este artículo una categorización desde una doble perspectiva:

- la alfabetización informacional; y
- la referencia digital, que puede orientar a las bibliotecas españolas a llevar a cabo iniciativas sobre el tema.

#### 4.1. Alfabetización informacional

La lucha contra posverdad implica a varios agentes, no sólo a los medios de comunicación tradicionales. Los profesionales de la información tienen en este contexto la responsabilidad de hacer una alfabetización informacional más amplia. **Mihailidis y Viotty** (2017) subrayan la necesidad de reubicar las alfabetizaciones mediáticas desde una perspectiva más cívica que enseñe a los ciudadanos cómo deconstruir y criticar los mensajes de los medios.

Muy en la línea de esta perspectiva podemos situar la campaña *Mil clicks* de la Unesco (2018). *Mil clicks* (acrónimo de *Media and Information Literacy: Critical thinking and creativity, Literacy, Intercultural, Citizenship, Knowledge and Sustainability*), es una estrategia para que las personas adquieran competencias de alfabetización mediática e informacional (MIL) en su uso habitual de internet y las redes sociales.

Por lo que respecta a actuaciones específicas sobre *fake news*, las bibliotecas anglosajonas han desarrollado programas de alfabetización para los distintos niveles de enseñanza y en la bibliografía existen aportaciones recientes con estrategias que van más allá de la simple aplicación de la denominada lista *Craap* (*Currency, Relevance, Authority, Accuracy, Purpose*), entre las que se incluyen:

- diferenciar hechos de opiniones;
- identificar imágenes falsas;
- orígenes de los vídeos y de los retweets;
- utilizar *fact checkers*;
- determinar si artículos y noticias están patrocinados;
- verificar información a través de la denominada técnica de triangulación (contrastar la información desde múltiples perspectivas en varias fuentes) (Lamb, 2017).

#### 4.2. Referencia digital

Si hay un aspecto en el que los profesionales de la información han puesto el foco para esta lucha, es el de la referencia digital, que incluye desde la elaboración de recursos o guías temáticas a diseño de modelos colaborativos en los que la integración del personal bibliotecario (*embedded librarians*) en un entorno especializado pueda servir de *focal point* (Caridad-Sebastián; Martínez-Cardama, 2013).

La elaboración de estas guías temáticas, la mayoría de las veces mediante software en la nube como *Libguides*, es una de las opciones más sencillas para luchar contra el problema de las *fake news*. Se trata de un modelo a seguir, útil y práctico, del que todavía no se identifican replicas en el entorno hispanohablante (o en España).

Se muestra una propuesta de ítems para la realización de una guía temática sobre *fake news*. En él se ha tratado de identificar y clasificar en siete categorías la variedad de iniciativas localizadas en bibliotecas de ámbito anglosajón (tabla 1):

- Concepto de *fake news* y definiciones asociadas.



Campaña *Mil clicks* de la Unesco  
<https://en.unesco.org/MILCLICKS>

- Evaluación de fuentes.
- *Fact checking*.
- Medios de ayuda a la verificación.
- Difusión de recursos y bases de datos especializadas.
- Ejercicios en los que participa el usuario.
- Soporte de un bibliotecario especializado.

## 5. Conclusiones

Teniendo en cuenta el contexto de la posverdad, donde imperan nuevos comportamientos de usos y difusión inmediata y viral de la información, se subraya el papel que pueden desempe nar los profesionales de la información y bibliotecas como aliados y socios de una realidad compleja. Si bien los profesionales de la información han venido realizando desde época temprana labores de infomediación, esta intervención es ahora más necesaria que nunca.

Basándonos en las iniciativas desarrolladas en el \'ambito bibliotecario anglosajón en la lucha contra las *fake news*, se propone una categorización desde una doble perspectiva:

- inclusión en programas de alfabetización informacional;
- referencia digital.

En este \'ltimo punto se realiza una propuesta de categorias temáticas que las bibliotecas podrán implementar para sus

usuarios dentro de una guía de referencia digital. Esta vía deacci n se considera relevante, tanto para paliar el efecto de esta realidad entre los estudiantes universitarios, como para propiciar una toma de conciencia reflexiva sobre cómo pue- de afectar el fenómeno de la desinformación a su vida cotidiana (trabajo, estudios, redes sociales...). Asimismo, para los profesionales de las bibliotecas es una buena oportunidad para difundir recursos de calidad suscritos por la biblioteca y de ofrecer un servicio de referencia digital que amplie los tradicionales recursos sobre evaluación de fuentes.

La reubicación de las alfabetizaciones mediáticas y la elaboración de guías temáticas pueden ayudar al usuario a ver la biblioteca como un punto de información y asesoramiento especializado en los mecanismos que la sociedad dispone para frenar la plaga de las *fake news*.

### Nota

1. Constituye una etiqueta de verificación de datos implementada por *Google*. Así, en su portal de noticias, \'stas contarán con la sección *ClaimReview*, que a través de un algoritmo buscar  en los sitios web la veracidad de la información con el sello de *schema.org*. Para más información véase: <https://goo.gl/Ujo2L6>

Tabla 1. Identificación y propuesta de elementos para la realización de una guía temática sobre *fake news*

Categorias	Definición	Ejemplos
1. Concepto de <i>fake news</i> y definiciones asociadas.	Se explica el concepto de <i>fake news</i> asociado con el de posverdad. Algunas bibliotecas también inciden en las definiciones de desinformación, sesgo y propaganda.	Algunas bibliotecas como la de <i>Berkeley</i> explican su alcance mediante estadísticas como la de <i>Buzzfeed</i> . Asimismo, aprovecha este punto para introducir la lista de tipificación de <i>Melissa Zimdars</i> de <i>OpenSources.co</i> o noticias asociadas que ayudan a identificar la dimensión el fenómeno. En este apartado la biblioteca suele aportar informes y documentación que ayuda a entender el problema, como <i>Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning</i> de la <i>Stanford University</i> .
2. Evaluación de fuentes	Tras la definición, las bibliotecas acompañan una serie de <i>checklists</i> o listados de evaluación de fuentes que ayudan al usuario a verificar fuentes de noticias no fiables.	Este tipo de información suele ser variada: desde consejos generales sobre navegación sobre webs y detección de sitios enga��osos a relaciones de fuentes validadas en la bibliografía como el <i>Craap Test</i> de chequeo de fuentes. Algunas bibliotecas como la de <i>Harvard</i> y la de <i>Berkeley</i> embeden infografías sencillas resumiendo pasos para detectar <i>fake news</i> . En esta evaluación de fuentes, hay bibliotecas que incluyen las guías técnicas de los principales proyectos periodísticos.
3. <i>Fact checking</i>	Se introduce el concepto y los principales instrumentos de verificación de hechos.	La mayoría de las bibliotecas ofrecen los enlaces a los principales <i>fact checkers</i> como <i>FactCheck.org</i> , <i>PolitiFact</i> o <i>Snopes</i> . Otras incluyen también webs para identificar rumores y estafas por correo electrónico como <i>Hoax-Slayer</i> . En esta división, también suelen incluirse los <i>plug-ins</i> para los navegadores como <i>BS detector</i> o <i>Fake News Alert</i> .
4. Otros medios	Para verificación de imágenes o video	Se trata de aplicaciones como <i>FotoForensics</i> , que identifica las partes de una imagen que pueden haber sido modificadas o "fotocompradas", o <i>Google Reverse Image Search</i> , que carga el URL o utiliza una imagen para comprobar el historial o para mostrar imágenes similares en la Web. En cuanto a video, destaca <i>YouTube DataViewer</i> , que permite extraer la información oculta en los videos de <i>YouTube</i> .
5. Difusión de recursos y bases de datos especializadas de prensa suscritas por la biblioteca	Una vez identificados los agentes en el proceso de verificación, se difunden los propios recursos suscritos por la biblioteca sobre prensa.	Por ejemplo, la biblioteca de <i>Harvard</i> difunde junto a los <i>fact-checkers</i> , bases de datos de noticias como <i>Factiva</i> y <i>National Journal</i> que guían a los usuarios hacia fuentes de calidad.
6. Ejercicios para los usuarios	En este apartado se interpela directamente al usuario de la biblioteca con ejercicios para verificar sesgos ante un hecho, así como tutoriales de demostración.	La biblioteca de <i>Berkeley</i> , a través de <i>Let's check a claim</i> , realiza de manera guiada una demostración de lo que es una fuente fiable. La biblioteca de la <i>University of Illinois</i> realiza un test propio para hacer que los usuarios sean conscientes de su burbuja filtro y cómo romperla.
7. Soporte	Ayuda de un bibliotecario especializado.	Las bibliotecas suelen presentar un bibliotecario tímico responsable de la guía a través de un correo o de un chat.

## 6. Referencias

- ALA (s.f.). *Programming libraries*. American Libraries Association. <http://www.programminglibrarian.org>
- Ball, James** (2017). *Post-truth: How bullshit conquered the world*. London: Biteback. ISBN: 978 1 785902147
- Baratz** (2017). "Las bibliotecas deben luchar contra las noticias falsas en internet". *Comunidad Baratz*, 21 febrero. <https://goo.gl/zbDKij>
- Batchelor, Oliver** (2017). "Getting out the truth: The role of libraries in the fight against fake news". *Reference services review*, v. 45, n. 2, pp. 143-148. <https://doi.org/10.1108/RSR-03-2017-0006>
- Berghel, Hal** (2017). "Lies, damn lies, and fake news". *Computer*, v. 50, n. 2, pp. 80-85. <https://doi.org/10.1109/MC.2017.56>
- Bessi, Alessandro; Ferrara, Emilio** (2016). "Social bots distort the 2016 US presidential election online discussion". *First Monday*, v. 21, n. 11-7. <http://firstmonday.org/article/view/7090/5653>
- Burkhardt, Joanna M.** (2017). "How fake news spread". *Combating fake news in the digital age. Library technology reports*, v. 53, n. 8, pp. 10-13. <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6498>
- Buzzfeednews** (2016). *This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook*. <https://goo.gl/gs9xyd>
- Caridad-Sebastián, Mercedes; Martínez-Cardama, Sara** (2013). "El bibliotecario integrado en el aprendizaje universitario". *El profesional de la información*, v. 22, n. 2, pp. 149-154. <https://doi.org/10.3145/epi.2013.mar.09>
- Collins Dictionary** (2017). "The Collins word of the year 2017 is... Fake news". *Collins Dictionary. Word of the year*. <https://www.collinsdictionary.com/es/woty>
- Comisión Europea** (2018). *Public consultation on fake news and online disinformation*. <https://goo.gl/1uPo1B>
- Corner, John** (2017). "Fake news, post-truth and media-political change". *Media, culture & society*, v. 39, n. 7, pp. 1100-1107. <https://doi.org/10.1177/0163443717726743>
- Darnton, Robert** (2014). *El diablo en el agua bendita o el arte de la calumnia de Luis XIV a Napoleón*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 978 607 16 2343 0
- Fernández-García, Nuria** (2017). "Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática". *Nueva sociedad*, n. 269, pp. 66-77. <https://goo.gl/oKRYXf>
- Finley, Wayne; McGowan, Beth; Kluever, Joanna** (2017). "Fake news: An opportunity for real librarianship". *ILA reporter*, v. 35, n. 3, pp. 8-12. <https://goo.gl/i4C1BV>
- Gabelkov, Maksym; Ramachandran, Arthi; Chaintreau, Augustin; Legout, Arnaud** (2016). "Social clicks: What and who gets read on Twitter?". *ACM sigmetrics: Performance evaluation review*, v. 44, n. 1, pp. 179-192. <https://doi.org/10.1145/2964791.2901462>
- IFLA** (2017). *How to spot fake news*. International Federation of Library Associations and Institutions. <https://www.ifla.org/publications/node/11174>
- Knight Foundation** (2017). "How youth navigate the news landscape". *Knight Foundation*, 1 marzo. <https://goo.gl/VSzLo1>
- Lamb, Annette** (2017). "Fact or fake? Curriculum challenges for school librarians". *Teacher librarian*, v. 45, n. 1, pp. 56-63. <https://goo.gl/QeMdSD>
- Marcos-Recio, Juan-Carlos; Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Olvera-Zaldua, María** (2017). "La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad". *Scire: representación y organización del conocimiento*, v. 1, n. 2, pp. 13-23. <https://www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/4446>
- Mihailidis, Paul; Viotty, Samantha** (2017). "Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in 'post-fact' society". *American behavioral scientist*, v. 61, n. 4, pp. 441-454. <https://doi.org/10.1177/0002764217701217>
- Moles-Plaza, Ramon-Jordi** (2017). "Doblepensar lo negroblanco: propuesta metodológica para el análisis de la postverdad". *Tiempo devorado: revista de historia actual*, v. 4, n. 1, pp. 116-145. <http://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v4-n1-moles>
- Musac** (2017). *Estrategias de la posverdad*. León: Musac, Centro de Documentación. <http://documentamusac.org/estrategias-de-la-posverdad>
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Levy, David A. L.; Nielsen, Rasmus-Kleis** (2017). *Digital news report 2017*. Reuters Institute. <https://goo.gl/rJ3KF7>
- Oxford Dictionaries** (2016). "Word of the year 2016 is... 'post-truth'". *English Oxford Living Dictionaries*. <https://goo.gl/Ua86Nw>
- Pariser, Eli** (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Viking. ISBN: 978 0 670920389
- Pew Research Center** (2017). *News media trends*. Pew Research Center. <http://www.pewresearch.org/topics/news-media-trends/2017>
- Rosen, Jay** (2017). "The last word with Lawrence O'Donnell, Transcript 2/6/2017". *MSNBC*, 6 Febr. <http://www.msnbc.com/transcripts/the-last-word/2017-02-06>
- SHEG** (2016). *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning*. Stanford History Education Group, 22 Nov. <https://goo.gl/83ngHj>
- UCM** (2017). *I Estudio sobre el impacto de las fake news en España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. <https://goo.gl/av3Jov>
- Unesco** (2018). *Mil cliks*. <https://en.unesco.org/MILCLICKS>
- Zimdars, Melissa** (2016). *Open sources*. <http://www.opensources.co>

Copyright of El Profesional de la Información is the property of EPI SCP and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.