

**Fake News, Post-Truth and Social Networks: The Library, Mediator
in the Search for Objectivity****Fake News, Posverdad y Redes Sociales: La Biblioteca, Mediadora
en la Búsqueda de la Objetividad****Izaskun Herrojo-Salas**Directora Hemeroteca-Biblioteca
Archivo General de la Nación, República Dominicana**Aida E. Montero de Jiménez**Directora Biblioteca Juan Bosch
Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE), República Dominicana**Resumen**

La información ha crecido de manera exponencial en las primeras dos décadas del siglo XXI. Este crecimiento, unido a los nuevos medios de difusión masiva y las redes sociales ha dificultado en cierta forma su gestión y organización. Las bibliotecas se han visto inmersas en cambios continuos para adaptar sus servicios de información y satisfacer las nuevas demandas que la difusión masiva de la información y el uso de las redes sociales conlleva. El acceso directo a Internet ha causado que muchos usuarios pasen por alto a los profesionales de la información como intermediarios para evaluar la calidad de los recursos, haciéndolos vulnerables a las noticias falsas. Los bibliotecarios tienen un rol mayor que desempeñar en la educación del público sobre información falsa (fake news) o artículos publicados sin ningún rigor científico. De esta forma, el bibliotecario se posiciona, como un eje fundamental en la búsqueda de la objetividad en medio de una sociedad que antepone la velocidad a la precisión de los datos. Las bibliotecas, por lo tanto, deben trabajar en el desarrollo de políticas y estrategias que protejan contra el uso de noticias falsas en el entorno de acceso abierto. El artículo revisa la génesis del concepto de noticias falsas y proporciona ejemplos de noticias falsas en la sociedad contemporánea que se pueden utilizar en la enseñanza de la alfabetización informacional.

Palabras clave: acceso abierto, alfabetización informacional (ALFIN), bibliotecas, estrategias, medios de comunicación social, noticias falsas, noticias falseadas, políticas, postverdad.

Abstract

Information has grown exponentially in the first two decades of the 21st century. This growth, together with the new means of mass media and social networks has made its management and organization somewhat difficult. Libraries have been immersed in continuous changes to adapt their information services and to meet the new demands that the massive dissemination of information and the use of social networks entails. Direct access to the Internet has caused many users to bypass the information professionals as intermediaries to assess the quality of resources making them vulnerable to fake news. Librarians have a greater role to play in educating the public about false information (fake news) or articles published without any

scientific rigor. In this way, the librarian is positioned, as one fundamental axis in the search for objectivity in the midst of a society that places speed before the accuracy of the data. Libraries, therefore, must work on the development of policies and strategies that safeguard against the use of fake news in the open access environment. The paper reviews the genesis of the concept of fake news and provides instances of fake news in contemporary society that can be used in teaching information literacy.

Keywords: fake news, information literacy, libraries, open access, policies, post-truth, social media, strategies.

Introducción

Los seres humanos vivimos una época en la que la información se ha convertido en parte indispensable de nuestras vidas, y poder acceder a ella y utilizarla correctamente para satisfacer nuestras necesidades personales y profesionales ha contribuido sobremedida en la conformación de una sociedad más participativa y democrática.

El avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la consolidación del Internet como universo absoluto que reúne todos los saberes del mundo, y la facilidad de acceso, han promovido una sociedad en la que la ciudadanía encuentra la solución a cualquier problema. No obstante, esta facilidad de acceso puede verse limitada por el crecimiento desmedido de la información, pues cada vez hay más personas que participan de este entorno dinámico, el cual les permite no solo consumir, sino crear y compartir información con otros. La libertad que otorga la red, para generar y publicar contenidos sin control, unido a la falta de alfabetización en información, hace que las personas se expongan abiertamente a acceder a datos falsos y carentes de valor, lo que limita sus derechos de acceso a una información veraz.

Desde hace unos años conceptos como posverdad y noticias falsas (fake news) se han hecho presentes en nuestra vida cotidiana, pasando a formar parte incluso de nuestra jerga habitual. Ambos términos van asociados a una serie de valores que se contraponen no solo con los propios intereses de los ciudadanos, sino con los valores enseñados y aprendidos en nuestras sociedades democráticas.

La generación de contenidos falseados y/o engañosos va en aumento. Los medios de comunicación de masas han perdido su prestigio y credibilidad pues anteponen la velocidad a la veracidad de los datos. Esta pérdida de objetividad hace que las personas se sientan cada vez más desorientadas y desinformadas en plena sociedad de la información.

En medio de este panorama las bibliotecas se posicionan como ejes estratégicos en la búsqueda de la objetividad, para empoderar a la ciudadanía en la toma de decisiones, proteger el derecho al conocimiento y garantizar el acceso a una información veraz. En este sentido, la biblioteca deberá trabajar en el desarrollo de políticas y estrategias que defiendan el acceso abierto desde la educación y la alfabetización informacional.

Las Bibliotecas en la Sociedad de la Información

El concepto “Sociedad de la Información” ha sido ampliamente definido y estudiado por diversos autores e intelectuales en los últimos setenta años. La sociedad de la información ya no se piensa tanto en los términos de Masuda (1984) quien la describía como “una sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material” (p.124), sino que se piensa de una forma más práctica, vinculada al desarrollo de las tecnologías de la información, las cuales han permitido crear, distribuir y manipular dicha información, impulsando así el crecimiento económico y cultural de las naciones.

Aunque el concepto de “Sociedad de la Información” comienza a desarrollarse desde los XVII y XVIII, no es sino hasta después de la Segunda Guerra Mundial, en que la idea de “Sociedad de la Información” se formaliza en referencias académicas, políticas y económicas, convirtiéndose así, en parte fundamental de la estrategia geopolítica mundial (Mattelart, 2002). Se inicia un nuevo discurso, en el que aparecen conceptos como “aldea global” o “sociedad global de la información”. El conocimiento teórico se convierte en fuente de innovación y de formulación de políticas públicas y, el futuro se puede anticipar, mejorando la toma de decisiones, gracias al auge de la tecnología intelectual (Mattelart, 2002).

A pesar de los avances que supone la conformación de esta nueva “Sociedad de la Información”, surgen intelectuales como Tocqueville, preocupados por la uniformización de los individuos en las democracias que se van consolidando y la disolución de las comunidades. Tocqueville observa que, las masas se han incorporado a la sociedad a través de los medios, medios que mediatizan el entorno social, que controlan y manipulan la opinión pública. El objeto de dicha manipulación será aquella población vulnerable por su docilidad y actitud pasiva (Tocqueville, 1835,1840).

El carácter democrático que se ha ido construyendo en torno al concepto “Sociedad de la Información”, ha hecho posible que su concepción haya sido más bien positiva. Para este caso de estudio se destaca la parte menos visible de este concepto y su impacto en el desarrollo de la sociedad de masas, así como su relación en la conformación de la opinión pública, a la luz de los nuevos escenarios políticos y sociales. Si bien es cierto que la sociedad de la información se ha ido construyendo así misma en los dos últimos siglos, las bibliotecas, han sido instrumentos, no solo para preservar los saberes de la humanidad a través de los tiempos, sino que se han consolidado como auténticos centros de democratización del conocimiento en las diferentes sociedades. Las bibliotecas han permanecido al servicio de la comunidad científica y de la ciudadanía desde su creación y han demostrado su imparcialidad y objetividad ante el cambio social. Asimismo, han sido conscientes de que cada usuario es diferente y tiene necesidades diferentes, por lo que brindan un trato personalizado, lejos de toda masificación. Para la biblioteca, el usuario no es un número más al que atender dentro de la sociedad, sino un ser humano con inquietudes e intereses, capaz de transformar nuestro entorno y mejorarlo.

El desarrollo de la tecnología ha permitido que los procesos de almacenamiento y difusión de la información sean cada vez más eficientes, facilitando así la concepción de nuevos espacios de interacción y servicios. Con la llegada de Internet, el acceso a la información ya no es solo en formato impreso, sino digital por lo que, el universo se amplía considerablemente, y la biblioteca, además de garantizar el acceso a la información digital, pone a disposición del público, profesionales que servirán de puentes entre las fuentes de información y los ciudadanos, contribuyendo a su formación en el desarrollo de competencias informacionales y tecnológicas.

Tal y como recoge la *Declaración por el Derecho a las Bibliotecas* de la American Library Association (ALA, 2013) las bibliotecas empoderan al individuo, construyen comunidad, nivelan el acceso, protegen nuestro derecho al conocimiento y a la información y fortalecen nuestras naciones. Por todos estos motivos podemos decir que, en contraposición con la complejidad de la sociedad de la información, las bibliotecas permanecen como baluartes infranqueables al servicio de la sociedad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, promover una ciudadanía informada, responsable y activa, y garantizar la construcción de democracias más abiertas y participativas.

Era de la Posverdad

Desde hace un tiempo estamos escuchando el término posverdad, acentuando su uso en los dos últimos años, cuando en 2016 el diccionario de Oxford la reconocía como palabra del año (Oxford Languages, 2016). Una palabra que ha ocupado sobre todo el espacio político y como consecuencia se ha apoderado de los diferentes espacios sociales, afectando directamente al espectro de los medios de comunicación y de esta forma a la opinión pública.

Se dice que la persona que acuñó el término posverdad fue David Roberts. En el año 2010, en un artículo para la revista *Grist*, define el concepto “política de la posverdad” como “una cultura política en la que la política (la opinión pública y la narrativa de los medios) se ha vuelto casi totalmente desconectada de la política pública (la esencia de la legislación)” (Roberts, 2010, para. 9).

Anteriormente, en 1992 el dramaturgo Steve Tesich en un artículo para *The Nation* escribiendo sobre la Guerra del Golfo y algunos escándalos de la política estadounidense expresa “hemos adquirido un mecanismo espiritual que puede despojar la verdad de cualquier significado. De manera fundamental, nosotros como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en un mundo de posverdad” (Tesich, 1992, p.13).

De otro lado en el 2004 el escritor Ralph Keyes en su libro *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, expresa lo siguiente: “vivimos en la época de la posverdad porque su credo se ha asentado entre nosotros: la manipulación creativa puede llevarnos más allá del reino de la mera exactitud hacia un reino de la narrativa de la verdad” (Keyes, 2004, p.16).

El concepto posverdad es un término recuperado de la antigüedad clásica, aunque su uso se haya extendido y popularizado en los últimos años. Filósofos griegos como Parménides de Elea, Platón y Aristóteles, sientan las bases del concepto veinticinco siglos atrás. ¿Cómo? A través de conceptos como el uso de la razón, la indagación, la persuasión, o las emociones. Parménides de Elea, fue de los primeros en apelar a la posverdad, aunque no lo llamara así directamente. En su *Poema a la Naturaleza* habla de las vías de la indagación y la retórica de la creencia (Gómez Lobo, 1985). Este escrito habla de la verdad *lo que es* y de la creencia *lo que no es*, fiel reflejo de las emociones. De esta forma expresa lo siguiente “... cuáles son las únicas vías de investigación que son pensables: Una, que es y que no es posible que no sea. Es la senda de la persuasión, pues

acompaña a la verdad. La otra, que no es y que es necesario que no sea (porque no es factible)” (Gómez Lobo, 1985, p.57).

Posteriormente Platón, basándose en los planteamientos de Parménides habla de la *doxa* y el *epísteme*. La *doxa* distingue entre la vía de la opinión (retórica de la creencia) y la vía de la verdad (la razón). La *doxa* juega a su vez con la imaginación y la fe o creencia, conceptos contrapuestos al *epísteme*, a la razón. El *epísteme* actúa y se desarrolla directamente en el mundo de las ideas y no en el mundo de lo sensible (de los sentimientos). De esta forma la *doxa* es aquella en la que no importa la verdad, sino la apariencia de la verdad, entrando en relación directa con los intereses ocultos del orador y su discurso (Alayón Gómez, 2017).

Otro de los clásicos que introduce el concepto de posverdad es Aristóteles. El filósofo griego, en el *Arte de la Retórica*, reflexiona sobre la persuasión (Aristóteles, 1999). La persuasión es igualmente analizada por Parménides en su *Poema de la Naturaleza*. Dentro del proemio, Parménides expone lo siguiente “Es justo que lo aprendas todo, tanto el corazón imperturbable de la persuasiva verdad, como las opiniones de los mortales, en las cuales no hay creencia verdadera” (Gómez Lobo, 1985, p.29). La retórica se manifiesta como contrapunto de la dialéctica, entendida como “técnica para persuadir”. Esta técnica manifestada a través de la argumentación del emisor, está compuesta a su vez por tres elementos: 1. *Logos*: habla de la coherencia interna del discurso, la cual debe estar apoyada en evidencias sólidas y apela a la inteligencia de la audiencia (la que escucha). 2. *Ethos*: apela a la credibilidad y honestidad del orador y 3. *Pathos*: centrada en los sentimientos del receptor (Aristóteles, 1999).

Posverdad ha sido definida por el diccionario de Oxford Languages (2016) como “un adjetivo relacionado con o denotando circunstancias en la que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que las apelaciones a las emociones y creencias personales”. Dicho de otra manera, es una distorsión deliberada de una realidad, con el fin de crear y modelar la opinión pública e influir en las actitudes sociales, en la que los hechos objetivos tienen menos influencia que las apelaciones a las emociones y a las creencias personales (Bassas, 2016; Real Academia de la Lengua, 2021).

La definición hace mención a “distorsión de UNA realidad” por lo que la misma definición nos abre las puertas a considerar que la realidad puede ser múltiple. La realidad y la verdad han sido conceptos interrelacionados. Sin embargo, existe todo un pensamiento filosófico al respecto.

La realidad o mundo de lo real se mezcla con los conceptos de esencia y existencia, tal y como recogían los pensadores griegos. También se relaciona con la lingüística, pues el sufijo *-dad* sustantiva cualitativamente objetos abstractos. En el caso de realidad o verdad alude directamente a la cualidad de algo, de lo real y se materializa a través del individuo, quien es portador de esa idea de verdad.

La lingüística juega un papel muy importante puesto que la realidad se expresa de diversas maneras, no sólo de lo que se percibe como real, sino cómo se revela esa verdad a través de oraciones, enunciados y proposiciones. Por tanto, la realidad puede ser múltiple, ya que enlaza lo siguiente: el hecho objetivo como tal, lo que el orador percibe de ese hecho objetivo, lo que el orador expresa sobre ese hecho objetivo, lo que el receptor percibe como real del hecho objetivo y su conformación final de la idea de lo percibido, teniendo en cuenta además las experiencias previas y conocimientos del emisor y receptor sobre ese hecho objetivo en sí.

La realidad es definida en el diccionario Lexico (n.d.) como “existencia verdadera y efectiva de algo o alguien”, un concepto que se refugia en la razón como principio regulativo para justificar el Todo. Immanuel Kant distingue entre la realidad trascendental y realidad empírica. La primera se restringe a las realidades concretas de la experiencia posible. La segunda, al origen trascendente de la realidad como algo que puede ser pensado, pero que no necesariamente existe en sí mismo (Sole, 2015). Wallace (2006) menciona al psicólogo William James quien reduce la realidad a “aquello a lo que pones atención” (p.2), es decir, solo existirán aquellas cosas que entren en tu círculo de visión, el resto, aunque existan, no influenciarán en la configuración de realidad que experimente el individuo.

Si retomamos de nuevo la definición de posverdad observamos que en ella se ponen de relieve no solo los preceptos clásicos de los que hablábamos antes, es decir, la verdad frente a las emociones y creencias influenciada por la retórica de quienes exponen una realidad, sino la lógica y dialéctica que existe frente al concepto verdad. Por tanto, posverdad no es un concepto nuevo, siempre hemos vivido rodeados de verdades a medias, solo que, en estos tiempos, su difusión se multiplica por la aparición del Internet y las redes sociales.

La conformación de la sociedad de la información y la aparición de la sociedad de masas, han sido los escenarios perfectos sobre los que actuar, pues a pesar del efecto democratizador de

las mayorías, también está en juego el poder potencial manipulador de las minorías, capaz de apelar a los sentimientos del bien común, entremezclando la razón con la creencia.

Los profesionales de la información, en su más amplio sentido de la palabra, deberán batallar con ambos escenarios, posverdad y objetividad, velando siempre y en todo momento por la objetividad de los hechos. Esta es una de las misiones de la biblioteca y del bibliotecario, ofrecer información veraz y de calidad al ciudadano, valiéndose de todos los medios y herramientas a su alcance, sin olvidar la misión permanente de autoformación y validación de las fuentes de información.

Noticias Falsas (Fake News) y el Derecho de Acceso a la Información

Fake News son dos palabras inglesas combinadas, adoptadas en los últimos tiempos por la mayoría de las personas que hacen uso de los diferentes medios sociales de comunicación; es traducida al español como noticias falsas. Sin embargo, detrás de estas dos palabras se encierra todo un sistema de influencias que han puesto en alerta no solo a los ciudadanos, sino a los mismos medios de comunicación que han visto mermada su credibilidad.

El diccionario de Cambridge (2018) lo define como “historias falsas con apariencia de noticias, difundidas en Internet u otros medios sociales, creadas para influir en la opinión pública sobre temas políticos, o bien como broma (o sátira)”. Por su parte la Fundación del Español Urgente – Fundéu (2017) explica que la palabra *fake*, puede ser traducida de dos formas: falso o falseado. El primero, según aclara, es un concepto mucho más amplio, por lo que su recomendación es hacer mención a noticias falseadas, puesto que dicho adjetivo sugiere un matiz de adulteración o corrupción premeditadas.

De esta forma Eliot Higgins, fundador de la empresa de investigación Bellingcat, reduce a cuatro las motivaciones para la publicación de noticias falsas, éstas son: la pasión, la política, la propaganda y el pago (Hackwill, 2017). Por tanto, cada una de estas motivaciones lleva consigo una premeditación, tal y como refleja Fundéu (2017) en su definición. Dentro de todas ellas es necesario resaltar que no solo son noticias que se crean para desestabilizar democracias y potenciar populismos, sino que, la parte económica tiene también un rol activo. De esta forma se entrelazan noticias verdaderas con noticias falsas confundiendo al lector o consumidor final.

Aunque existan motivaciones determinadas para crear y difundir este tipo de noticias, hemos de tener en cuenta la facilidad con la que estas historias se generan, en contraposición con la ciencia, es decir, para determinar que algo es verdadero o falso desde el punto de vista científico debe ajustarse a una serie de requisitos axiológicos (Echeverría, 1991). Es decir, para demostrar una hipótesis, es necesario formular una teoría, la cual ha de satisfacer una serie de valores como: coherencia, precisión, simplicidad, rigor, eficacia instrumental entre otros. Mientras que para probar una determinada información basta con que alguien crea que es cierta (Echeverría, 1991). El filósofo A.C. Grayling lo reduce a “mi opinión vale más que los hechos” (Coughlan, 2017) y Joseph Goebbels decía que “si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad” (Arosemena, 2016; Doob, 1950).

En este sentido se observan dos cosas: 1) Cualquier tipo de información es susceptible de ser manipulada; y 2) Los canales de detección son menores que los canales de difusión, pues todo aquel que tenga una opinión o información sobre algo, esta será más fácilmente reproducible, gracias a la tecnología y redes sociales, sin necesidad de comprobación o verificación previas.

En el año 2016 Claire Wardle publicaba en *Columbia Journalism Review*, un artículo en el que identificaba diferentes tipos de noticias falsas. En 2017 perfecciona ese listado y elabora una infografía en el que incluye siete tipos distintos (Wardle & Derakhshan, 2017), éstos son:

1. **Sátira o parodia:** su intención no es causar daño, pues con ella se pretende criticar con humor un hecho objetivo de la realidad, pero en función de su uso dispone de potencial suficiente para engañar a la audiencia.
2. **Contenido manipulado:** la información o imágenes genuinas son manipuladas para engañar.
3. **Contenido impostor:** las fuentes de información originales son suplantadas.
4. **Conexión falsa:** los titulares, imágenes o leyendas no han sido verificadas con el contenido.
5. **Contenido engañoso:** la información es utilizada con el fin de incriminar a alguien o a algo.
6. **Contenido fabricado:** contenido nuevo falso, diseñado para engañar y perjudicar a algo o a alguien.

7. **Contexto falso:** contenido genuino difundido en un contexto diferente para el que fue creado.

Los diferentes tipos de noticias falsas nos dan una visión general de las informaciones que podemos encontrar en los medios de comunicación. No obstante, a continuación, se ofrecen siete ejemplos relacionados con cada uno de los tipos descritos anteriormente:

1. **Sátira o parodia:** En *Comically incorrect: Stiletto-gate* (Branco, 2017), la imagen que se expone refleja la superficialidad de los medios de información dominantes. El mundo se muere de hambre, la gente está perdiendo sus hogares y los medios solo se preocupan por los zapatos que lleva la Primera Dama de los Estados Unidos de América, Melania Trump.
2. **Contenido manipulado:** El diario austriaco *Kronen Zeitung* manipuló, en el año 2012, una imagen del conflicto sirio con el objetivo de dramatizar más la situación vivida en la zona (Wolf, 2012). Como se observa (Imagen 1), la familia que aparece en la foto está paseando por un lugar diferente al que se muestra en la foto retocada por el periódico. En este caso, se ve una clara manipulación, en la que se interpela a la ciudadanía, a través de los sentimientos (pena, indignación, compasión, etc.). Una estrategia para mover conciencias y motivar la posición de los ciudadanos frente a la acogida masiva de refugiados sirios en Austria.

Imagen 1

Contenido Manipulado en un Periódico Austriaco



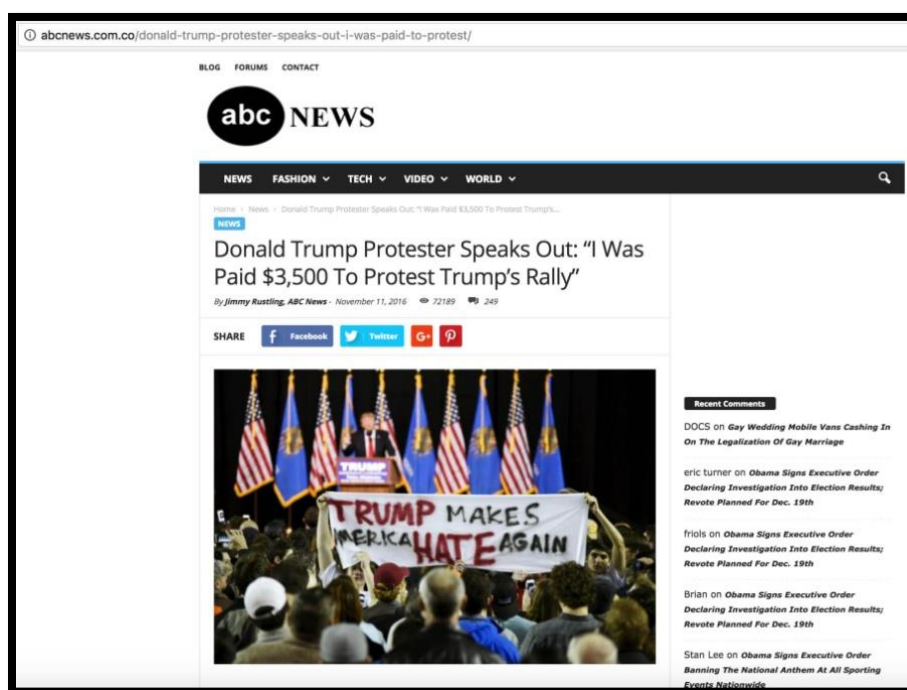
Note. Wolf, R. (2012, octubre 09)

3. **Contenido impostor:** En octubre de 2016, Eric Trump, hijo de Donald Trump, Presidente de los Estados Unidos de América retuiteó a sus más de 600 mil seguidores una noticia en la que un hombre afirmaba haber recibido la suma de 3,500 dólares de la campaña de

Clinton para ir a protestar a un mitin en favor de Donald Trump. El portal de noticias que lo publicaba era *abcnews.com.co* con el título *ABC News* desplegado frontalmente (Imagen 2). Como reporta Uda (2016), *ABC News* nunca publicó esta historia. Al observar el URL del supuesto medio de comunicación (*abcnews.com.co*) se podía observar que éste no coincidía con el del sitio original (<https://abcnews.go.com/>).

Imagen 2

Contenido Impostor que Afecta a ABC News



Note. Uda, R. (2016, noviembre 30)

4. **Conexión falsa:** El periódico español *El País*, en el año 2013, publicaba en su edición impresa y digital una foto del presidente de Venezuela, Hugo Chávez, haciendo alusión a su salud (Imagen 3). El periódico tuvo que retirar de inmediato la imagen, por tratarse de una noticia falsa, no verificada. Este hecho restó credibilidad al periódico, considerado uno de los más importantes dentro y fuera de España.

Imagen 3

Foto Falsa de Hugo Chávez



Note. 20 Minutos (2013, enero 24)

5. **Contenido engañoso:** Un usuario publicó en las redes sociales un vídeo sobre la marca de arroz dominicano, *La Garza* (Imagen 4). En él mostraba que los granos de arroz no eran naturales sino sintéticos. La misma compañía tuvo que salir en su propia defensa para asegurar y garantizar a los consumidores que su producto era de calidad y el vídeo difundido falso. Finalmente, el usuario tuvo que disculparse públicamente, aunque el daño ya estaba hecho, pues muchos ciudadanos dejaron de confiar en la marca.

Imagen 4

Contenido Engañoso de Arroz La Garza

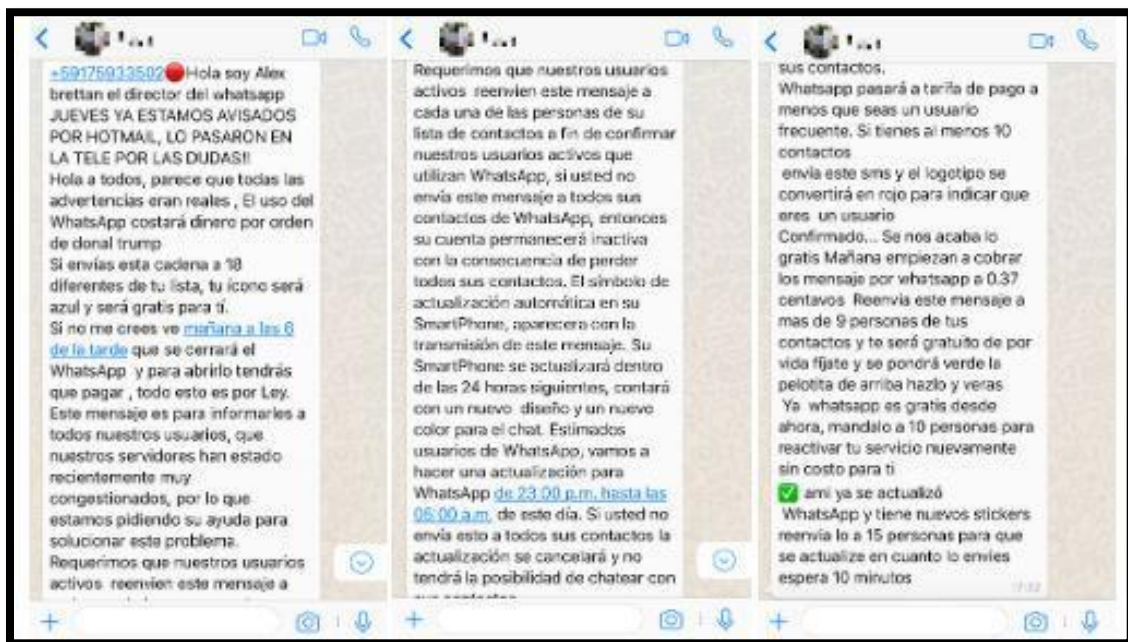


Note. Idominicanas (2017, marzo 26)

6. **Contenido fabricado:** “El uso de WhatsApp costará dinero por orden de Donald Trump” (Imagen 5). Muchos mensajes de este tipo, con sus distintas variantes, llegan cada cierto tiempo a los cientos de miles de cuentas de todos los usuarios de la aplicación. El objetivo de este tipo de mensajes es, robar la información personal de tu lista de contactos o bien saturar el servicio. La compañía tiende de manera habitual a desmentir la noticia.

Imagen 5

Mensaje Fabricado sobre WhatsApp



Note. Martínez, A. I. (2017, septiembre 25)

7. **Contexto falso:** *Catalunya Press*, en 2017 publicaba varias imágenes en el que se hacía eco de la represión llevada a cabo por los Cuerpos de Seguridad del Estado durante el Referéndum ilegal-no vinculante, del 1 de octubre en Cataluña (España) (Imagen 6). Las imágenes, en este caso, no se corresponden con la noticia, sino que son imágenes de otras manifestaciones y enfrentamientos con la policía. El contenido es genuino, porque esos hechos sucedieron, pero no en el contexto de esa noticia. En este caso se observa, además, la fuerza de las redes sociales, pues medios de comunicación tradicional, llegaron a

publicar en sus respectivos diarios, algunas de las imágenes difundidas por los usuarios de la red social, Twitter.

Imagen 6

Contexto Falso en Catalunya Press



Note. CatalunyaPress (2012, noviembre 14)

Sabemos que las noticias falsas tampoco son algo nuevo; desde que la humanidad existe, como conciencia creadora de poder, sus intereses e influencias, han repercutido en sus actos. La lucha de intereses y el miedo han provocado que los seres humanos actúen en consecuencia para satisfacer sus deseos más ocultos, impulsando voluntaria e involuntariamente la difusión de bulos y rumores. La historia está llena de casos similares, desde la persecución de los cristianos en Roma,

pasando por la propaganda nazi contra los judíos, hasta la llegada al poder de Donald Trump, o el fracaso del Acuerdo de Paz con las FARC en Colombia, o la salida del Reino Unido de la Unión Europea (Brexit), son muestras factibles de que la verdad es susceptible de ser manipulada en beneficio propio.

No obstante, debemos tener en cuenta un aspecto fundamental y es que las noticias falsas se suceden en un entorno de información cambiante en la que se ignoran y violan continuamente los derechos fundamentales de acceso a la información de las personas. Las Naciones Unidas aborda el derecho de acceso a la información, así como la libertad de opinión y expresión. El artículo 19 de la *Declaración Universal Derechos Humanos* de 1948 establece que “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (Naciones Unidas, 1948).

Si bien es cierto que la Carta de Derechos Humanos promueve y respeta como derecho fundamental la libre circulación de la información y las ideas, no especifica que tales informaciones tengan que ser necesariamente verdaderas. Por lo que, en alusión a este derecho, cualquier opinión podría considerarse una verdad absoluta, sin posibilidad de refutación, pues el mismo artículo incluye el derecho a “no ser molestado”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO, en su Constitución, aprobada en el año 1945, menciona en su preámbulo el derecho a acceder a una información verdadera:

Los Estados Parte en la presente Constitución, persuadidos de la necesidad de asegurar a todos el pleno e igual acceso a la educación, la posibilidad de investigar libremente la verdad objetiva y el libre intercambio de ideas y de conocimientos, resuelven desarrollar e intensificar las relaciones entre sus pueblos, a fin de que éstos se comprendan mejor entre sí y adquieran un conocimiento más preciso y verdadero de sus respectivas vidas (Unesco, 2014).

La información es un arma de doble filo, que puede servir por un lado para, promover el funcionamiento democrático de las sociedades, garantizar el bienestar de las personas y consolidar

democracias participativas (Herrojo, 2017) y por el otro servir como instrumento de desinformación, desestabilización y división social.

Ante esta situación se plantean numerosas inquietudes, entre ellas la necesidad de promover una ley que regule y legisle el Internet, medio de difusión masiva que se ha convertido en el protagonista absoluto de nuestras vidas. Las circunstancias sociales, políticas, económicas y culturales existentes en el año 1948, fecha en la que se promulga la Carta de Derechos Humanos, no son las mismas que las actuales, por lo que será necesario replantear algunos conceptos. El gran reto de este replanteamiento radicará en la no limitación de derechos fundamentales ya garantizados y conquistados.

Las bibliotecas por su parte tienen los lineamientos claros en cuanto a acceso a información se refiere. La Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA), órgano rector de las bibliotecas, cuyo objetivo principal es defender y fomentar a nivel global el valor y la importancia de los servicios de información de calidad, que generen crecimiento social, económico y cultural, publicó el Plan Estratégico 2016-2021, en el que se recogen cuatro direcciones estratégicas para fortalecer la presencia de las bibliotecas en la Sociedad de la Información, éstas son: 1. Biblioteca y Sociedad 2. Información y Conocimiento 3. Patrimonio Cultural y 4. Capacitación (IFLA, 2015). Las dos primeras líneas estratégicas están en relación directa con el acceso a la información. La segunda establece hacia dónde irán enfocados estos esfuerzos:

Construiremos un marco que favorezca el acceso equitativo a la información y al conocimiento, independientemente de su formato y localización. Posibilitar que las bibliotecas actúen como catalizadores de la innovación, capaces de facilitar la creación y reutilización de contenidos por parte de sus comunidades (IFLA, 2015).

Estas cuatro directrices tienen como misión final mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, pero sobre todo seguir siendo garantes de los derechos fundamentales, en este caso del acceso a la información, objetiva y de calidad.

La Biblioteca y su Relación con los Medios de Comunicación

La biblioteca siempre ha mantenido una relación directa y cercana con los diferentes medios de comunicación, locales o internacionales. Los fondos destinados a publicaciones

periódicas dan fe del interés que tiene la biblioteca por acercar la información de actualidad a la ciudadanía.

En el siglo XIX al crearse los servicios de información y referencia en las bibliotecas universitarias (Green, 1993), se inicia un proceso de mediación entre las fuentes de información y el usuario, con el fin de superar las barreras interpuestas entre el acceso y la información en sí. El desarrollo de este trabajo dota al bibliotecario no solo de conocimientos específicos para la localización de fuentes, sino que le concede la posibilidad de dialogar con el usuario y conocer de primera mano sus necesidades e intereses. Las entrevistas de referencia, son instrumentos válidos para medir la relevancia de las diferentes fuentes de información que posee la biblioteca. Entre estas fuentes se encuentran las publicaciones periódicas, siendo en numerosas ocasiones, las fuentes más consultadas por los investigadores.

La prensa, las revistas, los suplementos, y demás publicaciones seriadas, son editadas en la mayoría de las ocasiones por grandes corporaciones que pertenecen a medios de comunicación masiva. La biblioteca, en función de sus características y las necesidades de sus usuarios, debe mantener estrecha relación con dichos medios para actualizar sus colecciones. De esta forma, adquiere por diferentes vías (suscripción o donación), buena parte de la prensa nacional y extranjera, la cual pondrá a disposición del público de forma inmediata. La hemeroteca conservará parte de estas publicaciones, conformando a su vez, un acervo histórico, que sirva de custodia para aquellos medios que no dispongan ya de sus propias publicaciones impresas.

Por su parte los medios de comunicación no han sido tan generosos con la biblioteca ni los bibliotecarios, pues a través de los tiempos se han dedicado a perpetuar una serie de estereotipos que han llevado a la ciudadanía a tener una imagen distorsionada de la profesión. Las bibliotecas han tenido que valerse por sí mismas e insistir una y otra vez para mostrar su valor social, para ser noticia o para ser tenidas en cuenta dentro de las políticas públicas de los Estados. Como ya se dijo anteriormente, las bibliotecas son ejes democratizadores fundamentales, que permiten el desarrollo de sociedades sanas, informadas y formadas.

La aparición de las redes sociales ha permitido a la biblioteca crear sus propias políticas y estrategias de difusión, previendo en su estructura funcional y organizativa la figura del *community manager*. Este profesional, gestiona toda la información de la biblioteca y la pone al servicio de

la comunidad virtual. Sin lugar a duda, la función del *community manager* ha roto los esquemas cerrados de la biblioteca, haciéndose presente allá donde se encuentra la gente.

A pesar de ello, no se puede negar la evidencia. Hoy en día, la relación entre biblioteca y medios de comunicación debe potenciarse más que nunca, pues la biblioteca no puede quedarse únicamente reducida al hecho de adquirir, custodiar y facilitar el acceso, sino que debe servir de puente real para fortalecer los conocimientos y las técnicas de investigación e indagación, de los profesionales que trabajan en los medios de comunicación. En esta misma línea, la biblioteca debe promover el desarrollo del pensamiento crítico de los ciudadanos, a través de los programas de formación de usuarios y convertirse a su vez en un medio de comunicación científica, técnica y cultural. De esta forma, se podrá disminuir el impacto de las noticias falsas, pues se dispondrá de usuarios formados, capaces de distinguir entre unas fuentes y otras.

El Rol de La Biblioteca y el Bibliotecario en la Era de la Posverdad y las Fake News

A lo largo de este trabajo se han ido exponiendo ya algunas pautas que definen y posicionan a la biblioteca dentro de todo este contexto de posverdad y noticias falsas. En este sentido lo que nos queda por tratar, es la relación que tienen las personas con la información. Sabemos que todo individuo necesita información para llevar a cabo distintas actividades de su vida, ya sean personales, profesionales o laborales y también sabemos que, para satisfacer esas necesidades de información existen diferentes fuentes a las que acudir, pudiendo ser impresas o digitales.

La eclosión de las tecnologías de la información y comunicación, han permitido que cada vez haya un número mayor de personas que acceda a la información de forma fácil y rápida. La evolución de los dispositivos móviles y planes de Internet más asequibles, posibilitan el acceso a la información a cualquier hora y en cualquier lugar. Por lo que las limitantes, en este sentido, son cada vez menores.

Cerca del 99.9% de la información que se produce en el mundo al día de hoy, es en formato digital (Beneyto, 2013), por lo que el Internet funge casi como un medio masivo de difusión de la información. Un estudio reciente, del *Reuters Institute Digital News Report* llevado a cabo en 36 países del mundo refleja que, el 47% de las personas accede a noticias a través de sus dispositivos móviles y que, las redes sociales se posicionan como fuente principal de noticias en detrimento de los medios periodísticos (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Kleis Nielsen, 2017). El

hecho de que las redes sociales sirvan de filtros de la información que recibimos, indica además que las informaciones que se generan y distribuyen están pensadas y dirigidas a esa parte de la población que habita dentro de esos medios sociales.

Las redes sociales funcionan a partir de un perfil creado; se siguen otros perfiles, que pueden a su vez, seguirte o no. Los perfiles que los usuarios suelen seguir son los de familiares y amigos y aquellos relacionados con sus propios intereses. Esta red de relaciones que se crean es lo que se llama círculo de influencia. Por tanto, el usuario, dependiendo de sus valores, creencias, ideologías y formación, compartirá con esa comunidad informaciones propias o bien, otras que le vienen dadas.

Estas herramientas sociales disponen además de algoritmos internos que filtran la información del usuario según sus búsquedas, por lo que los datos o sugerencias que le muestran son aquellas que más se asemejan a sus perfiles, gustos e intereses, pudiendo provocar cierto sesgo en la información que recibe.

Estos datos los confirman Quattrociocchi, Scala, y Sunstein (2016) en su estudio *Echo Chambers on Facebook*, quienes encontraron evidencia cuantitativa de cómo los usuarios tienden a promover sus narrativas favoritas, formar grupos polarizados y resistirse a aquella información que no se ajusta a sus creencias. Teniendo como premisa estos datos lo que le queda ahora a la biblioteca es adaptar y adoptar medidas que se anticipen a las demandas de información de los usuarios, partiendo de una base sólida que contrarreste el sesgo al que se auto someten los mismos ciudadanos. En este sentido la biblioteca debe activarse en tres aspectos: 1) La alfabetización informacional; 2) La difusión selectiva de la información (o sistema de alertas); y 3) La entrevista de referencia.

La alfabetización informacional (ALFIN) será pieza clave en todo este proceso. Las bibliotecas han fortalecido esta parte en los últimos años, siendo uno de los servicios con mayor repercusión dentro de la comunidad. Los bibliotecarios han visto la importancia y el impacto de tener usuarios bien formados en el uso de fuentes de información y han desarrollado estrategias específicas para actualizar sus conocimientos permanentemente. La ALFIN establece que una persona alfabetizada en información sabe definir sus propias necesidades, conoce las fuentes, sabe manejarlas, es capaz de valorarlas críticamente y las utiliza de manera ética. Por tanto, si potenciamos la formación en información, conseguiremos ciudadanos autónomos, activos y

fuertes, en contraposición a la vulnerabilidad y docilidad de la que hablábamos antes. Un buen ejemplo de ello lo tenemos en la infografía elaborada por la IFLA en 2017 (véase Imagen 7). Ante el aumento de noticias falsas en Internet, IFLA elaboró un guía breve y sencilla para orientar, no solo al personal bibliotecario sino a la ciudadanía de manera general, en el consumo de información confiable. En esta guía se exponen ocho sencillos pasos a seguir para verificar si una noticia es falsa o no. Este tipo de herramientas ayudan sobremedida a llegar a más personas, pues de una manera gráfica y visual se educa a la población en el consumo responsable de información.

Imagen 7

Cómo Detectar Noticias Falsas



Note. IFLA (2017)

El segundo punto mencionado hace referencia a un servicio que poco se optimiza y poco se da a conocer a los usuarios, la Difusión Selectiva de la Información (DSI), ha sido y es nuestro particular sistema de alertas. Es importante retomar los principios de este servicio y adaptarlos a los nuevos tiempos, pues favorecerá la generación constante de información actualizada, distribuida además por grupos de interés. Toda información que llega a la biblioteca debe ser divulgada y dada a conocer a los usuarios, por lo que activar este servicio, favorecerá el acceso a información de calidad, mantendrá el interés de los usuarios y les dará la confianza necesaria para utilizar correctamente las diferentes fuentes de información. De esta forma si nos hacemos presentes en su círculo de influencia, podrán a su vez, compartir y difundir entre sus contactos más cercanos la información. Esta difusión de información en cadena, si se adopta como buenas prácticas de manera habitual, contrarrestará la difusión de información falseada, no deseada en los diferentes medios sociales.

Finalmente tenemos la Entrevista de Referencia, un servicio que se ofrece más específicamente en bibliotecas universitarias y especializadas, pues la información que requieren estos usuarios está más orientada a la investigación y, la figura del referencista también. Sin embargo, se debería adoptar este servicio en las bibliotecas públicas, que ofrecen sus servicios a una población más vulnerable y potencialmente más expuesta a la sobrecarga informativa. La entrevista de referencia, permitirá al bibliotecario mantener un trato directo con el usuario para orientarle y asesorarle en todo momento, una especie de *guía espiritual de la información*. El bibliotecario por su parte tendrá la oportunidad de aprender sobre las necesidades y expectativas presentes y futuras del usuario, lo que ayudará en la conformación de sus colecciones y de nuevos y mejores servicios de información. Por tanto, los bibliotecarios tendremos que dejar de priorizar los procesos y priorizar más a las personas, centrarnos en la práctica real y estar más cerca del usuario.

Conclusiones

Vivimos tiempos de incertidumbre. Si acceder a la información siglos atrás era toda una aventura, ahora también lo es, pues la poca información mata y la mucha abruma. Los seres humanos hemos podido comprobar que tener acceso a una determinada fuente de información

puede abrir otras muchas, por tanto, todos nos movemos en un sistema de influencias, que nos posiciona frente a otros, según los datos e informaciones que manejemos.

Tanto el Estado como las grandes corporaciones y medios de comunicación han considerado a la sociedad de masas un terreno perfecto sobre el que actuar, llegando incluso a infravalorar su verdadero potencial y poder de movilización. El marketing emocional es otra de las lecciones bien aprendidas, pues esa *Era de posverdad* que vivimos hace uso de sentimientos, valores y emociones, que se materializan no solo en las imágenes que se difunden, sino en los discursos creados en *pos* de ofrecer una idea de lo real, capaz de dividir la opinión de las masas y sumir en la desinformación a gran parte de la ciudadanía.

Las tecnologías de la información y comunicación han sido igualmente favorables para expandir y divulgar masivamente la información; una información que como ya hemos ido comprobando, no necesariamente tiene que ser verdadera. Por lo que actualmente convivimos con informaciones de todo tipo, siendo mucho más difícil para el consumidor discernir entre unas y otras. En este sentido ¿qué pueden aportar las Bibliotecas? O ¿cuáles deberán ser las líneas de actuación? Como parte de nuestras reflexiones finales hemos considerado lo siguiente:

1. Formar y actualizar las competencias técnicas e informacionales de nuestro propio personal bibliotecario. El entorno de información es cada vez más amplio y complejo por lo que la capacitación de los profesionales de la información en estos momentos, no es algo cuestionable sino necesario. Hemos de ser conscientes de los cambios constantes a los que está sometida la sociedad, la información y los medios de difusión y actuar en consecuencia. Nuestra mayor virtud será disponer de un recurso humano altamente cualificado en relación a las exigencias de la Sociedad de la Información.
2. Mantener un diálogo permanente con nuestros usuarios para saber sus necesidades e intereses y en relación directa crear nuevos y mejores servicios de información.
3. Hacerse presentes donde habita la gente. Las redes sociales constituyen en estos momentos el sexto continente, siendo uno de los más poblados del planeta Tierra, por tanto, romper nuestros esquemas físicos y estructurales para llegar a esa población virtual será nuestro mayor reto, pero también nuestra mayor victoria.

4. Luchar contra la pereza informativa de los usuarios, motivarles a investigar e indagar más allá de los titulares de las noticias que encuentran.
5. Desarrollar planes de alfabetización informacional para mejorar las competencias en información de nuestros ciudadanos.
6. Incorporar a nuestra práctica habitual herramientas para la verificación de noticias falsas, como las ofrecidas por las iniciativas *Public Data Lab* y *Bellingcat* o herramientas ya creadas como *Blockchain*, *Storyful Multisearch*, *Banjo Discovery*, *Who.is* o *CheckDesk*, entre otras.
7. Desarrollar alianzas estratégicas con los medios de comunicación de masas. Hacernos presentes en su día a día, ofrecer talleres orientados sobre búsqueda de información y técnicas de investigación para periodistas. Crear espacios de diálogo conjunto. Esto se conseguirá tomando la iniciativa, por tanto, hablemos con los medios, seamos el puente entre la información y la sociedad.
8. Estar presentes en los espacios públicos donde se toman decisiones. La biblioteca y el bibliotecario debe asumir riesgos y hacer valer la importancia e impacto de nuestros espacios y servicios en la Sociedad de la Información.

Finalmente, para defender no sólo el acceso a la información, sino a información de calidad, objetiva y verdadera, los bibliotecarios deberemos hacer como nuestro, el Triple Filtro Socrático, es decir, si Sócrates apelaba a la Verdad, Bondad y Utilidad, nosotros deberemos aspirar a lo mismo. Nuestra relación con la información deberá ser cuestionada en base a si es cierta, si es objetiva y si es útil para el usuario. De esta forma serviremos no solo de puentes, sino de filtros, acción que mejorará a su vez, la relación del ciudadano con la información, en cuanto a su acceso, su uso y su consumo.

REFERENCIAS

- Alayón Gómez, J. (2017, noviembre 6). De Parménides a la posverdad. *Viceversa Magazine*. Recuperado de <https://www.viceversa-mag.com/parmenides-la-posverdad/>
- American Library Association. (2013). *Declaration for the right to libraries*. Recuperado de <http://www.ala.org/advocacy/declaration-right-libraries>
- Aristóteles. (1999). *Retórica: Introducción, traducción y notas de Quintín Racionero*. Madrid: Gredos. Recuperado de <http://www.hermanosdearmas.es/wp-content/uploads/2017/12/aristoteles-retorica-gredos.pdf>
- Arosemena, R. (2016). Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad. *Psyciencia* Febrero 12. Recuperado de <https://www.psyciencia.com/mentira-deshonestidad/>
- Bassas, A. (2016). L'anàlisi d'Antoni Bassas: 'La postveritat'. *Ara.cat*. Recuperado de https://www.ara.cat/analisi/Lanalisi-dAntoni-Bassas-postveritat_0_1688831208.html
- Beneyto, R. (2013). *¿Cuánta información se genera y almacena en el mundo?* Recuperado de <https://documania20.wordpress.com/2013/09/16/cuanta-informacion-se-genera-y-almacena-en-el-mundo/>
- Branco, A.F. (2017). Comically incorrect: Stiletto-Gate, an editorial cartoon. September 4. Recuperado de <https://explorevenango.com/comically-incorrect-stiletto-gate/>
- Cambridge Dictionary. (2018). *Fake news*. Recuperado de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/fake-news>
- CatalunyaPress (2012, noviembre 14). Los padres del niño de 13 años agredido en Tarragona denunciará a los Mossos d'Esquadra. *CatalunyaPress Te Informa*. Recuperado de <https://www.catalunyapress.es/texto-diario/mostrar/602488/padres-nino-13-anos-agredido-tarragona-denunciaran-mossos-desquadra>
- Coughlan, S. (2017). Qué es la “posverdad”, el concepto que puso de moda el “estilo Trump” en Estados Unidos (Entrevista a A.C. Grayling). *BBC Mundo*. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515>
- Doob, L. W. (1950). Goebbels' principles of propaganda. *Public Opinion Quarterly*, 14 (3), 419-442. <https://doi.org/10.1086/266211>
- Echeverría, J. (1991). Los nuevos valores en el mundo tecnológico: de la verdad al bien. *Cuadernos de Anuario Filosófico. Verdad, bien y Belleza: Cuando los filósofos hablan de los valores*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, pp. 21-30. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6205/1/103.pdf>

- Fundéu. (2017, septiembre 28). *Noticias falsas o falseadas, mejor que fake news*. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/noticia-falsa-falseada-fake-news/>
- Gómez Lobo, A. (1985). *Parménides. Texto griego, traducción y comentario*. Buenos Aires: Charcas. Recuperado de <https://doku.pub/documents/parmenides-por-alfonso-gomez-lobo-mqeje84dwx15>
- Green, S. S. (1993). Personal relations between librarians and readers. *Library Journal*, June 15, 84-85. Recuperado de <https://content.tl.org/Personal%20Relations%20between%20Librarians%20and%20Readers.pdf>
- Hackwill, R. (2017, January 24). Everything you always wanted to know about fake news but were afraid to google. *Euronews*. Recuperado de <http://www.euronews.com/2017/01/24/everything-you-always-wanted-to-know-about-fake-news-but-were-afraid-to-google>
- Herrojo, I. (2017). *Accesibilidad universal: De la ciencia ficción a la realidad*. [Presentación de trabajo]. Panel sobre el Tratado de Marrakech y su Implementación en la República Dominicana: Una Vía para la Accesibilidad de la Información, Santo Domingo, República Dominicana.
- Idominicanas (2017, marzo 26). Arroz La Garza denuncia manipulan video en redes para dañar su imagen. Imágenes Dominicanas, idominicanas, <https://idominicanas.com/arroz-la-garza-denuncia-manipulan-video-en-redes-para-danar-su-imagen/>
- IFLA (2017). ¿Cómo detectar noticias falsas? Recuperado de https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/how_to_spot_fake_news_-_spanish.pdf
- IFLA (2015). *Plan estratégico de la IFLA 2016-2021*. Recuperado de <https://www.ifla.org/files/assets/hq/gb/strategic-plan/2016-2021-es.pdf>
- Keyes, R. (2004). *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*. New York: St. Martin's Press.
- Lexico. (n.d.). Lexico: Diccionario de inglés y español, sinónimos y traductor de inglés a español. Recuperado junio 2017, de <https://www.lexico.com/es/definicion/realidad>
- Martínez, A. I. (2017, septiembre 25). La última “amenaza” de WhatsApp: Pasará a ser de pago si no reenvías este mensaje. ABC Aplicaciones. Recuperado de, https://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-whatsapp-ultima-amenaza-whatsapp-pasara-pago-si-no-reenvias-este-mensaje-201705051801_noticia.html
- Masuda, Y. (1984). *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Madrid: Fundesco

Tecnos.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Kleis Nielsen, R. (2017). *Digital News Report 2017*. United Kingdom: Reuters Institute for the Study of Journalism; University of Oxford. Recuperado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral

Naciones Unidas. (1948, Diciembre 10). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperado de http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Oxford Languages. (2016). *Word of the year 2016*. Recuperado de <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

Quattrociocchi, W., Scala, A., & Sunstein, C.R. (2016). *Echo chambers on Facebook*. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2021). *Posverdad*. Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/posverdad>

Roberts, D. (2010, April 10). Post-truth politics. *Grist*. Recuperado de <https://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>

Sole, M.J. (2015). El idealismo trascendental kantiano: Origen del debate. *Revista de Estud(i)os sobre Fichte, 10* (Invierno). Recuperado de <https://journals.openedition.org/ref/608#quotation>

Tesich, S. (1992, Enero). A government of lies. *The Nation*, pp. 6-13, 12-14.

Tocqueville, A. (1835). *De la démocratie en Amérique* (T.I). París: Librairie de Charles Gosselin.

Tocqueville, A. (1840). *De la démocratie en Amérique* (T.II). París: Librairie de Charles Gosselin.

20 Minutos. (2013, Enero 24). 'El País' paraliza la distribución de su edición impresa tras publicar una foto falsa. 20 Minutos, Agencia de Noticias. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/1710010/0/el-pais/publica-foto/falsa-hugo-chavez/>

Uda, R. (2016, Noviembre 30). A guide to spotting fake news. *Newsday*. Recuperado de, <https://projects.newsday.com/long-island/data/how-to-spot-fake-news/>

- UNESCO. (2014). *Textos fundamentales*. París: Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226924_spa.page=7
- Wallace, B. (2006). *The attention revolution: Unlocking the power of the focused mind*. Somerville, MA: Wisdom Pub. Recuperado de <https://brookspscychology.files.wordpress.com/2016/01/b-alan-wallace-2006-the-attention-revolution-unlocking-the-power-of-the-focused-mind-223p.pdf>
- Wardle, C. (2016, November 18). 6 Types of misinformation circulated this election season. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php
- Wardle, C. & Derakshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy. Strasbourg, Cedex: Council of Europe. Recuperado de <http://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf>
- Wolf, R. (2012, Octubre 09). Austrian newspaper apologizes for fake Syria photo. iMediaEthics. Recuperado de <https://www.imediaethics.org/austrian-newspaper-apologizes-for-fake-syria-photo/>