

Seminario DigiDoc

24/01/2019

Hipertext.net, n.17, noviembre 2018:

El futuro digital de los hechos

Carles Sora i Pere Freixa

Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva > **2018: Núm.: 17. El futuro digital de los hechos**

Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva

ISSN Electrónico: 1695-5498

Hipertext.net es una publicación académica de Acceso Abierto (Open Acces) creada y promovida por el Área de Documentación de Medios y Formatos Digitales del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra.

Forma parte del complejo de actividades del Grupo de Investigación en Documentación Digital y Comunicación Interactiva (DigiDoc), grupo reconocido por la UPF y a su vez parte de la Unidad de Investigación en Periodismo y Documentación Digital de la UPF reconocido por la Generalitat de Catalunya.

El ámbito temático de *Hipertext.net* lo constituye la intersección entre Documentación Digital y Comunicación Interactiva, bien en el contexto de la World Wide Web y las Publicaciones Digitales o bien en el contexto de la comunicación social en general.

A partir de **2018**, *Hipertext.net* se publicará **semestralmente** en los meses de **mayo** y **noviembre**.

2018: Núm.: 17. El futuro digital de los hechos

Tribuna

El futuro digital de los hechos (p. 1-10)

Carles Sora

[PDF](#)

Artículos

Desarrollo de la innovación periodística en la televisión pública: El caso del RTVE Lab (p. 11-21)

Teresa Zaragoza-Fuster, Jose Garcia-Avilés

[PDF](#)

Experiencia pragmática de medios y entornos digitales. (p. 22-31)

Romualdo Gondomar Miñana

[PDF](#)

Actores implicados en la consolidación del documental interactivo (p. 32-42)

Jorge Vázquez-Herrero, Xosé López-García

[PDF](#) | [PDF \(ENGLISH\)](#)

Causas de la pérdida de la confianza en la prensa y estrategias para su restablecimiento en un contexto de incertidumbre (p. 54-63)

Patricia Nigro

[PDF](#)

El escaparate digital: un estudio sobre el encuentro afectivo con la representación del cuerpo de la mujer en las imágenes de perfil de Facebook (p. 64-73)

Benson Rajan

[PDF \(ENGLISH\)](#)

La esfera pública en la era de la hipermediación algorítmica: noticias falsas, desinformación y la mercantilización de la conducta (p. 74-82)

Ayuda de la revista

USUARIO/A

Castellano ▾

CONTENIDO DE LA REVISTA

Buscar

Todos ▾

Navegar

- Por número
- Por autor
- Por título

TAMAÑO DE FUENTE





- Área de usuario**
- Datos de la solicitud**
- Documentación adjunta

Inicio -> Área responsable -> Datos de la revista ✖ [Desconectar](#)

Revista activa: FCT-18-0476
Título: Hipertext.net

Área Usuari@

Estado actual de la solicitud

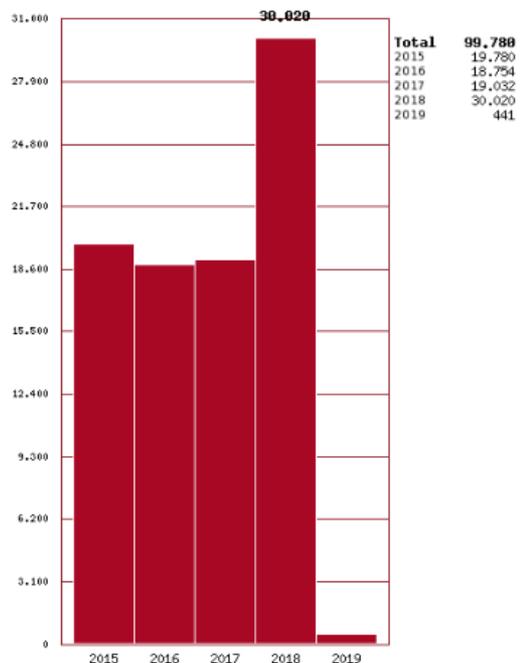
Solicitud en estado: **Aprobada Documentación** en resolución provisional.

Solicitud

Pulse en los iconos para visualizar los datos de la revista y el formulario de autoevaluación:

[Datos de la revista y formulario de autoevaluación](#)

Consultas a la revista los últimos años



24-01-19

«Consultas a la revista los últimos meses

Consultas a la revista por país »

Ayuda de la revista

USUARIO/A

hipertext

Login

Castellano ▼

CONTENIDO DE LA REVISTA

Buscar

Todos ▼

Buscar

Navegar

- Por número
- Por autor
- Por título

TAMAÑO DE FUENTE

A⁺ A A⁻



El futuro digital de los hechos

CARLES SORA

Universitat Pompeu Fabra

Research Fellow at Massachusetts Institute of Technology

carles.sora@upf.edu

<https://orcid.org/0000-0003-2761-2384>

The Digital Future of Facts

RESUMEN ABSTRACT

El mundo mediatizado en el que vivimos está cambiando de manera fundamental el modo en que explicamos, revivimos y construimos nuestra percepción de 'la realidad', los hechos, las noticias. La realidad aumentada y virtual, la inteligencia artificial y las nuevas técnicas de Machine Learning o los robots y algoritmos de creación de contenidos y recomendación, por citar algunas tecnologías, ya forman parte de los mecanismos que los profesionales de medios informativos tienen a su disposición y con los que las audiencias, seamos conscientes de ello o no, lidiamos a diario. Estas tecnologías transforman profundamente la naturaleza de la creación de contenidos informativos retando nuestra capacidad para analizar críticamente la indigestible cantidad de información a la que estamos expuestos diariamente, con nuevos mecanismos de manipulación, suplantación, e influencia, altamente complejos, que aún debemos de asimilar.

The mediated world in which we live is essentially changing the way we explain, revive and build our perception of 'reality', facts and news. Augmented and virtual reality, artificial intelligence and new machine learning techniques or bots and algorithms for content creation and recommendation, just to name a few technologies, are already taking part of the mechanisms that the media professionals are using. Being or not aware of these technologies, we all deal with them in our daily life. These technologies profoundly transform the nature of the creation of the news content, challenging our ability to critically analyze the massive amounts of information we are exposed to daily, with new and highly complex mechanisms of manipulation, impersonation, and influence we still need to assimilate.

PALABRAS CLAVE KEYWORDS

Deepfakes, Redes sociales, Realidad, Manipulación, Realidad mediatizada, Alfabetización de medios digitales

Deepfakes, Social Networks, Reality, Manipulation, Mediated Reality, Digital Media Literacy

Próximas convocatorias:

Número 18

Mayo 2019

Convocatoria abierta

Fecha límite: **30 enero 2019**

Número 19

Noviembre 2019

CFP: *Ciencia Abierta, visibilidad y difusión de la producción académica*

Editor invitado: Ernest Abadal, UB

Fecha límite: **15 julio 2019**

Formatos:

Artículos de investigación

Análisis e informes

Nuevas investigaciones doctorales



Gràcies!