

Fecha recepción:

XX/XX/202XX Fecha

revisión: XX/XX/202XX

Fecha de publicación: XX/XX/202XX

Título en Arial Narrow 15 en minúscula excepto inicia texto y máximo 140 caracteres con espacio y tres líneas de texto

Sumario

1. Introducción y estado de la cuestión
2. Metodología
3. Análisis y resultados
 - 3.1. Etapa 1: Establecimiento de las burbujas de información
 - 3.2. Etapa 2: El control de la información a través de la generación de Cámaras de Eco
 - 3.3. Etapa 3: La persona se (des)informa verificando, o no
 - 3.4. Etapa 4: La persona retroalimenta sus cámaras de eco
4. Discusión y conclusiones
5. Bibliografía

Resumen

La exposición de las personas a la infoxicación (Renjith, 2017), la creación de burbujas informativas (Pariser, 2017) y la info saturación (Dias, 2014) generada a través de la formación de las cámaras de eco juegan un papel fundamental en la creación y difusión de la desinformación. El objetivo de esta investigación es entender los elementos que fundamentan la toma de decisiones para el establecimiento de estos filtros con el propósito de desarrollar una herramienta que rompa las cadenas de la desinformación; la extensión PROVENANCE. Para ello, se ha empleado una metodología cualitativa desarrollada en dos etapas. En la primera, se realizó un análisis conceptual de la problemática a través de un recorrido teórico y dos entrevistas grupales.

Palabras clave

“Entre 4 y 6, entrecomilladas y separadas por punto y parte”; “Entre 4 y 6”; “entrecomilladas”; “separadas por punto y parte”

[Escriba aquí]

Fecha recepción:

XX/XX/202XX Fecha

revisión: XX/XX/202XX

Fecha de publicación: XX/XX/202XX

Title in Arial Narrow 15 in lower case except start text and maximum 140 characters with space and three lines of text

Sumario

1. Introducción y estado de la cuestión
2. Metodología
3. Análisis y resultados
 - 3.1. Etapa 1: Establecimiento de las burbujas de información
 - 3.2. Etapa 2: El control de la información a través de la generación de Cámaras de Eco
 - 3.3. Etapa 3: La persona se (des)informa verificando, o no
 - 3.4. Etapa 4: La persona retroalimenta sus cámaras de eco
4. Discusión y conclusiones
5. Bibliografía

Resumen

La exposición de las personas a la infoxica- ción (Renjith, 2017), la creación de burbujas informativas (Pariser, 2017) y la info-saturación (Dias, 2014) generada a través de la formación de las cámaras de eco juegan un papel fundamental en la creación y difusión de la desinformación. El objetivo de esta investigación es entender los elementos que fundamentan la toma de decisiones para el establecimiento de estos filtros con el propósito de desarrollar una herramienta que rompa las cadenas de la desinformación; la extensión PROVENANCE. Para ello, se ha empleado una metodología cualitativa desarrollada en dos etapas. En la primera, se realizó un análisis conceptual de la problemática a través de un recorrido teórico y dos entrevistas grupales.

Palabras clave

“Entre 4 y 6, entrecomilladas y separadas por punto y parte”; “Entre 4 y 6”; “entrecomilladas”; “separadas por punto y parte”

[Escriba aquí]

1. Introducción

Esta investigación se enmarca en un proyecto europeo sobre desinformación y fake news. Su objetivo, entender cómo las burbujas de información y las cámaras de eco fundamentan la construcción de la desinformación y cómo combatirla desde las propias personas. En este marco, se considera que, según Días (2014, p. 5),

[L]as personas de los nuevos medios están empoderadas por las tecnologías digitales que facilitan la producción y el intercambio de contenido, la comunicación y la generación de red, el acceso a cantidades masivas de contenido y la libertad de elección, todo articulado en dietas mediáticas únicas que articulan diferentes dispositivos y contenidos de acuerdo con las necesidades de cada uno y sus preferencias.

Este nuevo paradigma, generador de un alto flujo de información, inmanejable para la habilidad cognitiva de las personas, fundamenta un fenómeno conocido como: la infoxicación (Renjith, 2017, p. 75) caracterizado, también por los agentes (individuos, empresas, organizaciones) que forman parte de sus redes (Días, 2014, p. 6). ¿Cuál es el lugar de las emociones y creencias? ¿Cómo se podría incidir sobre ello? Se considera que solo entendiendo estos elementos desde la realidad de las personas se podrán tomar acciones realmente efectivas para combatir la desinformación¹.

2. Marco teórico o estado de la cuestión

Este nuevo paradigma, generador de un alto flujo de información, inmanejable para la habilidad cognitiva de las personas, fundamenta un fenómeno conocido como: la infoxicación (Renjith, 2017, p. 75) caracterizado, también por los agentes (individuos, empresas, organizaciones) que forman parte de sus redes (Días, 2014, p. 6). Éste lleva a que las personas generen, a través de la personalización de sus medios sociales, burbujas de información (Pariser, 2017).

3. Metodología

La metodología de la presente investigación se desarrolla en dos etapas: La primera consiste en comprender la construcción de las burbujas de información y de las cámaras de eco de las personas y el lugar que estas ocupan en su relación con la (des) información y su entorno. Este acercamiento, de corte más bien conceptual, tiene lugar en dos etapas: en primer lugar, se lleva a cabo un estado de la cuestión con el fin de entender, tanto la situación selección de las mismas se llevó a cabo respondiendo a la combinación de las variables presentadas en las tablas 1 y 2.

¹ Las notas a pie se emplearán para aclarar contenido y sean esenciales, no para añadir bibliografía.

Tabla 1. Perfiles de personas digitalizadas

	Edad			Educación		Residencia		Politización	
	20-35	36-50	51-65+	Univ.	No-Univ.	Rural	Urbano	Involucrado	No involucrado
1									
2									
3									
4									

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados

La primera etapa de investigación aportó en dos niveles a la construcción de la herramienta. El primer nivel, en el desarrollo de la primera etapa del mismo, permitió definir las categorías de verificación más asertivas y cómo dichas categorías debían enseñarse para llegar a ser consideradas categorías informativas y educativas aplicables a las diferentes tipologías de las personas usuarias.

A la vez, partiendo de los resultados obtenidos en la segunda etapa de la investigación, se integra cómo la extensión PROVENANCE (figura 1) permite a la audiencia evaluar la relevancia de la información con la que entra en contacto.

Figura 1. Extensión DANCE. Elaboración del proyecto



Fuente: Facebook

4.1. Etapa 1: Establecimiento de las burbujas de información

El primer sesgo informativo al que se somete la persona cuando se informa, se produce a la hora de elegir los medios a través de los que se informará, sean estos digitales o ana- lógicos. A través de las entrevistas individuales, se han podido señalar diferentes tipos de establecimiento de la burbuja (figura 2). Así, se observa cómo las personas con un perfil digital entran en contacto con la información principalmente a través de sus redes sociales.

Figura 2. La construcción de las burbujas



Fuente: elaboración propia

Estos hábitos se ven reflejados en otras investigaciones que estudian esta cuestión. En el 021, el principal canal de información es online, seguido de la televisión. Los medios socia- les, por su parte, han vivido un crecimiento significativo, pasando de ser usados en el 2013 en el 28%, al 55% en el 2021. El medio que mayor caída está viviendo es la prensa escrita (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021 p. 102).

4.2. Etapa 2: El control de la información a través de la generación de Cámaras de Eco

Una vez seleccionados los canales informativos, los cuales conforman las burbujas de in- formación, las personas generan sus cámaras de eco al personalizar el tipo de información que quieren obtener dentro de las burbujas seleccionando: grupos, medios de comunica- ción específicos, personas (conocidas o no), profesionales o influencers. Así, además de los contenidos, el formato y las fuentes de las noticias, también son elementos que ayudan a la audiencia a valorar la veracidad de la noticia.

5. Discusión y conclusiones

El alto flujo de información recibida a través de los diferentes canales disponibles lleva a las personas a instaurar ciertos mecanismos para, en un primer momento, filtrar la información a partir de las fuentes consultadas. Estas pueden ser: desde la elección de

medios online particulares, hasta el uso de redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter como elemento canalizador de la información recibida.

Este primer filtro, aplicado por parte de las personas, responde a la infoxicación a la que la audiencia lleva expuesta debido al alto nivel de información generado en el marco del eco- sistema informativo que tiene lugar online. Estas prácticas fomentan las burbujas de infor- mación (Pariser, 2017).

6. Bibliografía

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36. <https://doi.org/10.3386/w23089>

Amoedo, A. (2021a). Digital news report.es 2021/Dispositivos. Universidad de Navarra, Reuters. <https://bit.ly/3xgPABz>

Amoedo, A. (2021b). Digital news report.es 2021/Itinerarios. Universidad de Navarra, Reuters. <https://bit.ly/3xgPABz>

de Lara González, A., Mondejar , D., & García-Avilés, J.-A. (2023). Transformación del ecosistema mediático post-covid. El teletrabajo y el modelo híbrido como innovación organizacional en las redacciones. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación y Ciencias Sociales*, (37), 501–522. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1833>

7. Contributor Role Taxonomy (CRediT): contribución específica de cada firmante

Tarea	Firmante 1	Firmante 2
Conceptualización	X	X
Curación de datos	X	X
Análisis formal	X	X
Investigación	X	X
Metodología	X	X
Administración del proyecto	X	X

Administración del proyecto	X	X
Recursos	X	X
Software	X	X
Supervisión	X	X
Validación	X	X
Visualización	X	X
Redacción	X	X
Adquisición de fondos	X	X

8. Financiación

9. Declaración de conflicto de intereses



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org