

REDES SOCIALES: ENTRE LA INFORMACIÓN Y LA DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL

SOCIAL MEDIA: BETWEEN INFORMATION AND MISINFORMATION IN THE DIGITAL AGE

Araceli Reyes López¹

SUMARIO: 1. Introducción, 2. Redes sociales como vehículo de Información, 3. El fenómeno de la desinformación, 4. Retos y riesgos en la era digital, 5. Soluciones y buenas prácticas, 6. Conclusiones, Fuentes de información

RESUMEN

El presente artículo pretende exponer a través de un método de investigación documental, la problemática actual que se genera por las noticias falsas y que causan un desorden informativo que genera incertidumbre en todos los terrenos. La desinformación supone el polo opuesto de la comunicación de la realidad y de la fundamentación en los contenidos. El gran despliegue de redes sociales y las posibilidades de que la ciudadanía pueda emitir contenidos sin poseer el criterio que otorgan las pautas de cómo elaborar información de calidad, deriva en un fenómeno preocupante, al que con frecuencia se denomina desinformación.

ABSTRACT

This article aims to expose, through a documentary research method, the current problems that are generated by fake news and that cause an information disorder that generates uncertainty in all areas. Disinformation is the opposite pole of the communication of reality and its foundation in content. The great deployment of social networks and the possibilities for citizens to broadcast content, without having the criteria provided by the guidelines on how to produce quality information, results in a worrying phenomenon, which is often called misinformation.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, comunicación, desinformación, noticias falsas. **KEYWORDS:** social networks, communication, misinformation, fake news.

¹ Doctora en Derecho. Directora de la Facultad de Derecho de la Universidad Veracruzana. Docente de posgrado de la Universidad de Xalapa. Mediador conciliador certificado por el Centro de Justicia Alternativa del Tribunal Superior de Justicia del Estado de Veracruz, México. Profesora con reconocimiento PRODEP..

1. Introducción

Las redes sociales son una herramienta poderosa en la aldea global para la transformación social. Conecta a millones de personas en tiempo real donde no existen fronteras geográficas y culturales, lo que ha permitido que la relación, la información y la comunicación permitan la visibilización de la vida privada, la compraventa de productos y servicios, cambios en las formas de entretenimiento, la libertad de comunicarse en dimensiones donde no hay límites para las expresiones que se emiten.

Con gran facilidad se hace viral en una plataforma como Facebook, X, Instagram, Kwai, Tik Tok cualquier noticia para su divulgación alcanzando en breves minutos extremos impactantes debido a su cobertura. Estas redes sociales tienen un sinfín de usos que pueden llegar a ser muy interesantes si se utilizan razonablemente en un marco de respeto en sus comunicaciones, desafortunadamente por el uso bajo el anonimato o identidades falsas difunden muchas veces información errónea o que incita al odio, todo para confundir o persuadir en intereses propios a los usuarios dando como resultado la generación de noticias falsas.

El uso de las redes sociales permite un intercambio constante de noticias, las cuales se difunden a miles de personas, que en ocasiones pueden provocar daños a la honra, la moral, la ética o la estabilidad social, ya que miles de seguidores validan y comentan, generando un efecto multiplicador.

Las fake news son más propensas a ser compartidas y convertirse en fenómenos virales que la información verídica, las cuales tienen impacto en la política de un país, en desastres naturales, ciencia, datos sobre personas, información financiera, que tiene mayor credibilidad que la información verdadera, por lo cual es insuficiente toda la labor que se realice para desmentir las falsas noticias por su alcance viral.

Por lo cual el objetivo del presente ensayo es mostrar este fenómeno que ha conducido a la normalización de la distorsión y manipulación de la información, persiguiendo evitar la desconfianza a la verdad objetiva.

2. Redes sociales como vehículo de información

El internet es el medio de comunicación que, por primera vez en la historia, permite el intercambio de información a distancia de manera bidireccional, entre muchas personas, simultáneamente y a escala global. (Castells, 2024)

Gracias al internet se logra una comunicación entre un emisor y un receptor, usuarios que cuentan con los mismos derechos de acceso a la producción de información, generando nuevas formas de comunicación en una sociedad virtual.

Las redes sociales han modelado la interacción con otras personas, estableciendo y manteniendo relaciones a través de espacios sin fronteras geográficas ni barreras culturales, que ha permitido compartir pensamientos, ideas, noticias

y contenidos, lo que ha democratizado la distribución de la información.

Todo ello, si bien es facilita la interacción social, ya que gracias a las redes sociales personas y empresas alcanzar mayor audiencia y con ello una cobertura amplia en la promoción de sus productos o servicios de manera más efectiva.

En el ámbito político y social han sido la llave para movimientos sociales, sus espacios virtuales permiten la expresión más libre de opiniones, pero desafortunadamente se ha llegado a la propagación de desinformación, la polarización de opiniones, la invasión a la privacidad de las personas, la violencia digital y los discursos de odio.

La comunicación digitalizada, que en su mayor parte se realiza a través de redes sociales, responde a las tendencias actuales de la sociedad, agrupando personas por su origen étnico, económicos o culturales, interactuando con un número indeterminado de individuos, que en ocasiones son conocidos y en otras no, permiten la agrupación de usuarios brindándose apoyo o expresando sus gustos o necesidades.

Brindan la oportunidad para establecer relaciones interpersonales, mediante una retroalimentación, la cual puede ser positiva o negativa, dinámica que es trasladada a todo tipo de organizaciones, las cuales como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno. Desde luego, la forma en que estas interactúan, al igual que en el caso de los seres humanos,

puede darse en una dinámica natural y espontánea, o bien dentro de un esquema direccionado y estratégico. (Hütt Herrera, 2012)

Estas agrupaciones virtuales poseen características específicas para las que fueron creadas y funcionan como medios de comunicación, información o entretenimiento, o pueden ser también, con intereses específicos en común, dirigidas a un público en concreto, todo ello a través de plataformas virtuales.

Estos espacios virtuales son Facebook, YouTube, WhatsApp, TikTok, X Twitter. Y como un ejemplo de su utilización se puede mencionar que Facebook cuenta con 3,065 millones de usuarios, YouTube con 2,504 millones, WhatsApp con 2,000, Instagram en la misma proporción 2,000, TikTok 1,582 millones, WeChat 1,343, Facebook Messenger 1,010, LinkedIn con 1,003, Telegram 900 millones, Snapchat 800 millones, Doyin 755, X Twitter 611 millones. (Silverio, 2024)

En México, en el año 2023 según la Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la Información en los hogares (ENDUTIH), un 97.0% de la población usaban internet, es decir 81.2% de la población de 6 años o más; 97.2% millones de personas de la población mexicana usaban teléfono celular, lo que equivalió a 81.4% de la población de 6 años o más; siendo el eje central las redes sociales con una recurrencia en su uso de 93.3%, para acceso a redes sociales con una tendencia del 91.5% y en entretenimiento un 88.1%. (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2025)

Los datos anteriores reflejan una realidad, cada día son más las personas interrelacionadas de una manera ágil y masiva provocando con ello cambios en las formas de generar y compartir información. El uso masivo de las redes sociales se destina para la adquisición de la información, la cual en muchas ocasiones no es segura y confiable, ya que en la mayoría de los casos esta es falsa, haciendo caer al usuario en situaciones erróneas que desvirtúan la realidad, y que pueden provocar pánico, como es el caso de publicaciones que contienen datos sobre fenómenos naturales o enfermedades, o hacerlos caer en fraudes, o publicaciones de productos “milagrosos” que pueden afectar la salud.

Se debe considerar además que las demandas en su uso poseen diversas tendencias, las cuales pueden ser elegidas por su contenido efímero, ya por el enfoque en el video, o por el aumento de la realidad aumentada por la inteligencia artificial y chatbots, también por su realidad virtual y redes sociales inmersivas, ya por un mayor enfoque en la autenticidad y la transparencia o por el contenido generado por los usuarios. (Giménez, 2024)

Por ello se debe de reconocer el papel que juegan las redes sociales en las nuevas formas de las relaciones personales que ha provocado la revolución de la comunicación, la interacción y la participación en asuntos sociales, políticos y económicos en un país, y comprender su impacto en el entorno digital para aprovechar los beneficios que aporta, sin dejar a un lado los desafíos que plantea su uso masivo en cuanto a la desinformación.

3. El fenómeno de la desinformación

El uso del término desinformación usualmente se refiere al de noticias falsas, el cual es una contradicción, ya que las noticias siempre deben basarse en hechos reales, respondiendo a criterios de selección informativa tales como la actualidad, la novedad, la importancia, el interés general o la notoriedad. Por tanto, lo falso no debe ser considerado noticia. (Lazo, 2024)

Hoy día la democracia está amenazada por la desinformación y el engaño, tan frecuentes en los medios de comunicación, pero especialmente en las redes sociales que alimentan con opiniones y noticias que encajan con aquellas opiniones que se tienen, (Sandel.M, 2024) ante lo cual existe el riesgo de no saber distinguir entre lo verdadero y lo falso, algo que ya se ha normalizado pues nos acostumbramos a la distorsión y manipulación de la información, hasta llegar a un clima de desconfianza.

La desinformación no sólo se refiere a un estado de ignorancia sobre un tema determinado o carente de información, sino que conduce a una acción dirigida a construir informaciones engañosas o erróneas con la intención de llevar a una confusión.

La desinformación es diferente a la mala información, ya que aquella no necesariamente debe ser falsa, sino que consiste en la elección intencional de datos parciales, incompletos o alterados, atribuyéndole al usuario la credibilidad a esas informaciones y las consume sin ningún tipo de filtro, al tiempo que los periodistas puedan utilizarlas como fuentes de información, sin llegar a contrastar la falsedad debido a las dificultades de

comprobación de manera rápida, por la voracidad en el consumo informativo al que se está acostumbrado en las plataformas digitales. (Lazo, 2024)

Permanecer en la desinformación es peligroso, son tantas las informaciones falsas de todo tipo que dificulta el discernimiento entre lo que es verdad y mentira, abarcando temas de salud, de bienestar personal o social que provoca vivir en el error, provocando efectos nocivos en la existencia de las personas, e incluso puede llegar a poner en riesgo a las instituciones de las democracias provocando la desestabilización social.

Esta situación se generaliza más cuando en las plataformas se utilizan algoritmos para filtrar y priorizar el contenido de cada usuario que se basan en las preferencias de contenido y gustos, colocando al usuario en peligro ya que obtienen información que pueden poner en riesgo su persona y sus bienes patrimoniales.

Además de lo anterior, la desinformación ha provocado que, a través del rastreo de cookies en las redes sociales, se construye un amplio catálogo de contenidos adaptados a los intereses individuales de cada usuario. Esto propicia la formación de “cámaras de eco”, donde los sesgos de confirmación refuerzan la percepción de información alineada con las creencias e intereses personales. (Lazo, 2024)

Ante el número incontrolado de usuarios, la velocidad del internet, la no existencia de fronteras geográficas provoca que las informaciones falsas sean difundidas de manera abrumadora.

Ahora bien, la información fabricada, con finalidades diversas y difundida puede provocar no solo una desconfianza universal, sino provocar movimientos sociales violentos, competir por reivindicaciones que pueden ser ciertas o no, sin ser razonadas o valoradas, dañando así la deliberación democrática y la influencia perjudicial en la opinión pública.

Un claro ejemplo de ello fue el estudio infodemiológico sobre Covid-19 epidemia e infodemia realizado en China (Hung, 2024) que permitió observar el crecimiento exponencial de la mala nomenclatura del nuevo virus durante el momento de su aparición, analizando diversos documentos tanto científicos como noticiosos, el estudio demostró que tan solo la mala nomenclatura provocó un estado de desinformación en el mundo que creció de manera exponencial. En dicho estudio se realizó un análisis cuantitativo de las incidencias de consulta de las palabras clave que se usaban para obtener información en Internet sobre el COVID-19, en Google y en las bases de datos WoS y PubMed, y se percataron que en 58 países incluidos México se promovía una estigmatización negativa y progresiva contra la población China. (Castrejón Ramírez, 2023)

Se demuestra así que se trató de una manipulación sustentada en información falsa, basada en sentimiento de temor, ignorancia del tema y que se construyó bajo la idea de hacer creer algo que era incierto y falso, generando así la desinformación a través de mensajes falsos, y con ello la generación de mitos que pusieron en riesgo la salud de un sinnúmero de personas.

Mensajes falsos que tienen como fin la difusión deliberada de información engañosa a través de medios sociales que dan como resultado información que puede provocar daños en la salud, la economía, la libertad y la ciencia, y que por desafortuna traen como consecuencia incertidumbre ante la pérdida de la realidad.

4. Retos y riesgos en la era digital

Como resultado de la crisis sanitaria ocasionada por la propagación del covid-19, el mundo tuvo que estar en línea, produjo una aceleración en la transformación digital de la nación mexicana, la cual no se encontraba preparada. Lo digital era visto como un aspecto accesorio de la realidad física. (Betanzos Torres & Márquez Roa, 2022).

El avance de la ciencia es constante, abriendo el paso a la inteligencia artificial, herramienta utilizada frecuentemente para las técnicas de la desinformación, y que tiene distintos efectos en la población como puede ser la manipulación, la confusión o cambio de posturas sobre determinados temas, enfrentándose al número de usuarios, al volumen de su creación, y la accesibilidad y el aumento del nivel de credibilidad que puede alcanzar.

Todos estos avances tecnológicos han hecho que el ser humano vaya perdiendo determinadas destrezas y habilidades que consiguió mejorar con el ejercicio y la práctica mental de cientos de años, como es el lenguaje escrito, el cual ha perdido forma en el contexto digital, por ejemplo, el uso de los caracteres “Xk, P@o, XD”, cuando

en verdad se desea referir a palabras y expresiones como “por qué, Paola, o la risa”. Es así que llega la inteligencia artificial como una “fuerza poderosa” con dispositivos, datos y algoritmos que reconfigura la sociedad, sus entornos e interacciones e invade dominios como la cultura, saber, salud, transporte, trabajo, finanzas, amor, sexo, entre otros; estos sistemas fabrican, organizan y orientan la realidad, imponen jerarquía de valores y dibujan marcos cognitivos y culturales a la sociedad. (Barrios-Tao, 2024)

La inteligencia artificial ha superado las realidades y ha logrado alcanzar subjetividades, reconfigurando la vida misma en su identidad, sus ideas, su naturaleza, sus creencias, difuminan los límites entre cuerpo y mente. El ser humano se está tornando cada día más como un robot, el cual no tiene conciencia, transformándolo en un ser que no tiene intimidad ni libertad, ya que la inteligencia artificial lo ha configurado.

Los defensores de la inteligencia artificial están tratando de duplicar, en los circuitos de una computadora las señales eléctricas que palpitan entre los miles de millones de neuronas del cerebro, en la creencia de que la inteligencia surgirá entonces de la máquina como la mente emerge del cerebro físico (Carr, 2010), la sustitución de la mente humana, pero además ese conocimiento permite la influencia y la manipulación de información que pueden provocar desde la desacreditación de algún personaje público hasta amenazas en el ciberespacio, como el terrorismo o el crimen organizado, ya que se despliegan discursos emocionales, mercantiles y políticos que logran cambiar

radicalmente al ser humano. La intimidad de las personas se torna un espectáculo, todos pueden conocer sus gustos, sus errores, sus experiencias, logrando manipular el cerebro que se tornaran fuentes de control de conducta.

La inteligencia artificial a través de la psicopolítica ejercida sobre las emociones, datos, algoritmos y tecnologías tiene la capacidad de actuar en las realidades física y digital dando pautas a nuevas formas de manipulación y censura que están potenciadas por la inteligencia artificial, como son:

- a. Manipulación activa de datos: como un fenómeno socio-tecnológico que recoge, almacena redes y dispositivos de almacenamiento, los configura con métodos estadísticos y de aprendizaje automático, sin atención a factores como la privacidad, propiedad, identidad, intimidad, confianza o reputación, (Colmenarejo, 2018) así las personas permiten que se invada su intimidad, permitiendo que su libertad de elección sea ejercido, sometiéndose a que sus emociones, mediante datos y algoritmos sean manipulados, volviéndose esclavos de la nueva era digital.
- b. La manipulación pasiva de datos, mediante el diseño de perfiles que encapsulan y categorizan a los usuarios en función de sus gustos, preferencias y afinidades, transportando afectos y estableciendo el “yo” como un asunto público, con la dimensión emocional antepuesta a las interacciones privadas. (Han, 2024) Lo que conlleva a que las emociones y hábitos se invierten
- c. La censura informativa que se manifiesta, por ejemplo, desde la imposición de agendas mediáticas que enfocan la atención en ciertos temas que resultan interesantes por su dimensión escabrosa, conflictiva o extraña, mientras se ignoran otros relevantes para la sociedad, tales como los relativos al funcionamiento de la economía o a la salud mental de la población, entre otros. Los medios han pasado de atender a lo importante, a dejarse llevar por temas que “enganchan” a la ciudadanía en redes sociales, donde prevalece lo interesante o sorprendente sobre lo social y económicamente relevante. (Carr, 2010)
- d. 4.- La manipulación de formatos audiovisuales: conocida por su término inglés como deepfakes, que recurren a los poderes algorítmicos, el aprendizaje automático y las modernas capacidades de procesamiento de la información para permitir a los usuarios insertar el rostro, el cuerpo y la información visual de una persona del mundo real en un escenario falso, produciendo vídeos muy convincentes que parecen ser un registro “verdadero”. (Cover, 2024)
- e. La creación de tramas narrativas que resulten atractivas para cierto perfil de audiencia, en función de sus valores predeterminados, y en donde el ser humano pierde la capacidad de hacerse cargo de un proceso creativo, en el que tradicionalmente es necesario cumplir diferentes etapas, como son la inspiración, la materialización y la

- producción. La inteligencia artificial aporta ideas que ya han sido producidas, creadas por otros humanos, lo que genera solo la copia del trabajo de otros. (Porrás, 2024) Con el uso de la inteligencia artificial sin un control se deja al ser humano sin una de sus características más esenciales, la de soñar y crear, gracias a ello la ciencia ha logrado un desarrollo natural y humano.
- f. La atención fragmentada, derivada de la fijación en pantallas que ofrecen múltiples ventanas, notificaciones, alarmas y mensajes. Esta atención fragmentada fomenta la superficialidad de la información procesada y la gratificación instantánea, lo que afecta negativamente a la capacidad de concentración y análisis, favoreciendo el procesamiento de la información mediante “atajos cognitivos”, sin cuestionar su veracidad. (Carr, 2010) El ser humano está acostumbrándose desde sus primeros años de vida a que se le facilite todo sin lograr utilizar al máximo su capacidad intelectual, provocando la pereza mental, sin realizar ningún esfuerzo, dejando a un lado la crítica y el discernimiento.
- g. La creación de perfiles falsos, ya que los sistemas de la inteligencia artificial se determinan como “tecnologías afectivas” que encauzan emociones y reconfiguran subjetividades. Las experiencias emocionales se usan “como recursos en el trabajo identitario del usuario”, en el cual la persona no puede reafirmar su concepto del yo sin ser visible para los demás, (Serrano-Puche, 2024) provocando que no se guarde en el interior de las personas su “yo personal” dejando ver sin tapujos nada de lo que es, sino lo que la sociedad virtual desea observar.
- h. La identidad falsa pone una máscara, utiliza perfiles o usuarios, sujetos con relaciones insólitas medidas por los entornos digitales y con actuaciones heterónomas y homogéneas con los grupos circulantes en la red. (Barrios-Tao, 2024)
- i. La promoción cultural en las plataformas digitales es mínimo, ya que el internet posee diversas plataformas que no forzosamente tienen contenido cultural o educativo, pero pueden resultar más atractivas para las personas. El marketing cultural forma parte del derecho a participar en la vida cultural, mediante una acción de promoción (Betanzos Torres & Márquez Roa, 2022), al pretender maximizar la satisfacción cultural que viene a ser la pauta actual.
- Definitivamente se ha logrado la polarización social y con ello la manipulación de la opinión pública, la falta de identidades únicas, en donde no existe una diferencia, donde todos piensan igual, creándose una casta nueva de seres humanos que se dejan influenciar por la desinformación e influencia que se lleva a cabo en las redes sociales, desinformación que impacta en gran manera en la democracia, la salud pública y la libertad de expresión.

5. Soluciones y buenas prácticas

Hoy más que nunca se exige una educación cívica con la cual se cultive en los ciudadanos la capacidad de razonar, de criticar y de discernir, por ello a través de una alfabetización digital es necesario transmitir el cómo funcionan los medios de

comunicación y saber elegir la información recibida.

No se recomienda regular la libertad de expresión, ya que resultaría una acción neutral por el número de personas que utilizan las redes sociales, además, se vería atenta y por ende atentaría contra la democracia existente en este espacio, pero sí es necesario profundizar sobre las repercusiones comunicacionales, por lo cual se debe de regular desde un marco ético, sin dejar de lado los aspectos jurídicos y de derechos humanos.

La alfabetización digital a los usuarios debe dirigirse en las diversas plataformas digitales para que se puedan ofrecer respuestas tecnológicas ante el uso indiscriminado de las redes sociales y la utilización, por parte de personas inescrupulosas, de información de carácter personal.

6. Conclusiones

La llegada de las redes sociales ha propiciado una nueva forma de comunicarse, más ágil y de un mayor alcance entre los medios de comunicación y los usuarios, sin embargo y como se pretende en el objetivo de este ensayo plantear que la circulación de noticias falsas tendría como fin la manipulación de la población en función de los intereses desde particulares hasta un sector político y/o económico, propiciando la circulación de noticias falsas que provocan la polarización de la sociedad, lo cual se demostró con el análisis de los diversos documentos que vienen a ser una fuente de información.

Es necesario que ante la inmediatez que ofrecen las redes sociales y que ofrecen nuevas formas de comunicarse se alfabetice a los usuarios para detectar una noticia falsa, alfabetización que debe de comprender el desarrollo de habilidades necesarias para la selección o identificación de información en línea.

La comunicación e intercambio en línea implica la libertad de expresión, pero debe de crearse una conciencia de los daños que pueden provocar en una persona o en una sociedad la circulación de noticias falsas. Las fake news logran permear a una sociedad cuando no se cuenta con una educación ética, cuando se vuelve más permeable y se inclina a creer en estos mensajes.

Actualmente la libertad se ubica en el tránsito de una forma de vida a otra, hasta que finalmente se muestra como una forma de coacción, así a la liberación sigue una nueva sumisión; el yo como proyecto, que cree haberse liberado de las coacciones externas y de las coerciones ajenas, se somete a coacciones internas y a coerciones propias en forma de una coacción al rendimiento y la optimización. (Han, 2024) El uso, la distribución y el consumo masivo, acelerado y persistente de la desinformación conlleva retos sustanciales para nuestra sociedad, es necesario un marco normativo que regule los usos y límites de la Inteligencia artificial.

El impacto que brindan las redes sociales, considerando las funciones y las comodidades que brindan, se encuentran en constante expansión al público, al vertiginoso crecimiento de la inteligencia artificial y la automatización en los últimos años, por lo que es recomendable su utilización, pero en un marco ético y jurídico adecuado.

Fuentes de información

- Barrios-Tao, H. y. (2024). Inteligencia artificial y emociones: Psicopolítica mediante datos y algoritmos. *Revista de Ciencias Sociales XXX (1) (2015-2022)*, 251-267.
- Betanzos Torres, E., & Márquez Roa, U. (2022). La digitalización cultural en tiempos de pandemia . *Designio, Investigación en diseño gráfico y estudios de la imagen*, Vol. 4, Núm. 1, 4-14.
- Carr, N. (2010). *¿Qué esta haciendo Internet con nuestras Mentes?* Bogota, Colombia: Distribuidora y Editora Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.a. .
- Castells, M. (26 de Diciembre de 2024). La galaxia de Internet: reflexiones sobre Internet, los negocios y la sociedad. Obtenido de <https://acortar.link/9jxlFF>
- Castrejón Ramírez, N. (2023). La construcción de la realidad en tiempos de desinformación. En E. y. Hernández Ramírez, *Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad*. vol. XX de *Las ciencias sociales en la pospandemia* (págs. 74-92). México: COMECOSO.
- Colmenarejo, R. (2018). Ética aplicada a la gestión de datos masivos. *Anales de la Cátedra Francisco Suárez*, 52 , 113-129.
- Cover, R. (28 de Diciembre de 2024). Deepfake culture: The emergence of audio-video deception as an object of social anxiety and regulation. . Obtenido de *Continuum*, 36(4) 609-621: <https://doi.org/10.1080/10304312.2022.2084039>
- Giménez, S. (26 de Diciembre de 2024). *Redes sociales, estado actual y tendencias 2023*. (U. d. Barcelona, Editor) Obtenido de <https://www.marketeroslatam.com/wp-content/uploads/2023/07/Informe-Redes-Sociales.pdf>
- Han, B. (2024). *Psicopolítica, Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona : Herder
- Hung, L. (27 de Diciembre de 2024). The SARS epidemic in Hong Kong: what lessons have we learned? Obtenido de 10.1258/jrsm.96.8.374
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, volumen 91, Número 2, 121-128.
- INEGI. (26 de Diciembre de 2024). Comunidad de prensa Núm. 2994/24. Obtenido de https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_DMInternet.pdf
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (22 de Enero de 2025). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2023. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf
- Lazo, C. M. (27 de Diciembre de 2024). La desinformación, enfermedad de la sociedad posdigital: amenazas y desafíos. Obtenido de Número39, Primer Semestre 2024: https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2024/09/Marta_PS39.pdf

- Porras, V. F. (28 de Diciembre de 2024). Escritura creativa e Inteligencia Artificial . Obtenido de Revista electrónica TicALS, Vol. 1, No. 10: <http://als.edu.co/index.php/ticals/article/view/216/94>
- Sandel.M. (27 de Diciembre de 2024). Telos 122. Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2023/06/telos-122-entrevista-posverdad-michael-sandel.pdf>
- Serrano-Puche, J. (28 de Diciembre de 2024). Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. Obtenido de Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación, XXIV (46), 19-26: <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-02>
- Silverio, M. (26 de Diciembre de 2024). Las redes sociales más usadas en 2024 . Obtenido de <https://www.primeweb.com.mx/redes-sociales-para-empresas>