

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2025,  
Volumen 9, Número 3.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i1](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1)

## **ESTRATEGIAS CONTRA LA DESINFORMACIÓN EN REDES SOCIO DIGITALES**

**STRATEGIES AGAINST DISINFORMATION AND  
MISINFORMATION ON DIGITAL SOCIAL NETWORKS**

**Rubén Cervantes Hernández**  
Universidad Autónoma de Zacatecas

**Perla Ivonne Gallegos Flores**  
Universidad Autónoma de Zacatecas

**Jorge Alberto Esponda Pérez**  
Universidad Autónoma de Zacatecas

**Paola Margarita Chaparro-Medina**  
Universidad Autónoma de Zacatecas

**Adso Eduardo Gutiérrez Espinoza**  
Universidad Autónoma de Zacatecas

## Estrategias contra la desinformación en redes socio digitales

**Rubén Cervantes Hernández<sup>1</sup>**

[rubencervantesh1@gmail.com](mailto:rubencervantesh1@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-9390-9461>

Universidad Autónoma de Zacatecas,  
México

**Perla Ivonne Gallegos Flores**

[ivonne\\_gf@uaz.edu.mx](mailto:ivonne_gf@uaz.edu.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-3247-568X>

Universidad Autónoma de Zacatecas,  
México

**Jorge Alberto Esponda Pérez**

[jorge.esponda@unicach.mx](mailto:jorge.esponda@unicach.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-6821-5361>

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas  
México

**Paola Margarita Chaparro-Medina**

[pchaparro@uach.mx](mailto:pchaparro@uach.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-7270-9903>

Universidad Autónoma de Chihuahua  
México

**Adso Eduardo Gutiérrez Espinoza**

[adsogutierrez@gmail.com](mailto:adsogutierrez@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-8496-5496>

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
México

### RESUMEN

En nuestro artículo abordamos el fenómeno de la desinformación en las redes socio-digitales (RSD), la cual se define como un contenido falso o engañoso, producida de manera intencional o no, y puede generar consecuencias políticas, sociales e incluso económicas. Analizamos cómo las RSD funcionan para difundir noticias falsas (paparruchas), e identificamos los tipos de desinformación y los factores que permiten su propagación. Examinamos también cómo el capitalismo contemporáneo y las dinámicas tecnológicas refuerzan este fenómeno. Para ello, revisamos de manera sistemática la literatura publicada en los últimos cinco años y destacamos la prevalencia de enfoques reflexivos-cualitativos. Encontramos que es pertinente el uso de estrategias integrales, tales como la verificación de datos (*fact-checkers*), alfabetización sobre el uso de los medios digitales y regulación gubernamental para reducir los efectos de la desinformación. Finalmente, concluimos que la educación es significativa para el combate de dicho fenómeno y enfatizamos que es significativo la promoción del uso responsable de las tecnologías y la colaboración entre las plataformas digitales, los distintos niveles de gobierno y los usuarios para garantizar un acceso veraz y seguro a la información.

**Palabras clave:** desinformación, redes socio digitales, estrategias digitales, capitalismo contemporáneo, verificación de la información

---

<sup>1</sup> Autor principal.

Correspondencia: [rubencervantesh1@gmail.com](mailto:rubencervantesh1@gmail.com)

# Strategies against disinformation and misinformation on digital social networks

## ABSTRACT

Our paper studies the complexity of disinformation on digital social networks (DSNs), defined as false or misleading content, whether intentional or not, that could lead to political, social, or economic consequences. It analyzes the role of DSNs as a primary vehicle for disseminating fake news, identifying disinformation typologies and the factors that facilitate their spread. Additionally, it examines how contemporary capitalism and technological dynamics reinforce this phenomenon. The methodology is based on a systematic literature review of studies published in the last five years, highlighting the prevalence of qualitative and reflective approaches. The findings underscore the need for comprehensive strategies, such as fact-checking tools, media literacy, and government regulation, to mitigate the effects of disinformation. The study concludes that critical education is essential to combat disinformation and proposes the inclusion of digital literacy in educational curricula. Furthermore, it emphasizes the importance of promoting the responsible use of technology and fostering collaboration among digital platforms, governments, and citizens to ensure safe and reliable access to information.

**Keywords:** disinformation; digital media, digital strategies, contemporary capitalism, fact-checking

*Artículo recibido 15 abril 2025*

*Aceptado para publicación: 19 mayo 2025*



## INTRODUCCIÓN

La definición de desinformación es compleja debido a su carácter polisémico (Figuroa Alcántara, 2021). De acuerdo con la Unión Europea (2024), la desinformación es cualquier contenido falso o engañoso difundido con intención de engañar o conseguir un beneficio de cualquier índole y, además, puede causar daño público, y también un contenido engañoso compartido que no tiene una intención dañina, aunque sus repercusiones podrían ser perjudiciales.

De manera similar, Rodríguez Andrés (2018) señala que la desinformación puede entenderse como un fenómeno intencional de manipulación, en el que los receptores desconocen que están siendo influenciados de forma sutil en sus decisiones. No obstante, la desinformación no siempre es intencional; puede originarse por omisión o ignorancia. En esos casos, el acto de difundir información inexacta se denomina “desinformación”, precisamente por no ser veraz.

En otras palabras, la desinformación incluye tanto la creación intencional de información engañosa como su difusión, ya sea de forma consciente o inconsciente, con el propósito de alcanzar objetivos políticos, sociales o económicos (Hameleers et al., 2024). Además, quien desinforma busca que sus engaños se difundan ampliamente mediante los medios de comunicación y, en el contexto de este artículo, dispositivos conectados a Internet a través de aplicaciones conocidas como redes socio-digitales (RSD). Estas plataformas son espacios donde los usuarios suelen desplazar sus significados y consumir información, abarcando una amplia variedad de aplicaciones y herramientas digitales (Cervantes Hernández y Chaparro Medina, 2021).

La desinformación en línea la clasificamos en desinformación no intencional y desinformación intencional (véase Tabla 1). No obstante, también es posible organizarla según la escala de verificación de los datos (véase Tabla 2), la cual evidencia que la información en los medios de comunicación no siempre es completamente falsa o correcta, sino que con frecuencia incluye interpretaciones o datos incorrectos o erróneos.



**Tabla 1.** Tipología de la desinformación

<b>Desinformación no intencional</b>	<b>Desinformación intencional</b>
Información errónea.	Desinformación.
Sátiras, parodias, sarcasmos, imágenes y memes satíricos (El receptor podría tener dificultad para discernir entre lo ficticio y real).	Censura, secrecía, control de la información.
Conexiones falsas (asociaciones mentales o lógicas extrañas; por ejemplo, estereotipos).	Noticias falsas o pseudonoticias (paparruchas o <i>fake news</i> ).  Videos o imágenes falsas ( <i>deep fake</i> ).

Fuente: elaboración propia a partir de Figueroa Alcántara (2021).

**Tabla 2.** Escala de calificación de verificación de datos

1. Correcto	2. Mayoritariamente correcto. Sólo pocos aspectos irrelevantes para la argumentación son erróneos o se han omitido. Las imprecisiones no influyen en la idea correcta.	3. Indocumentado. No hay evidencia suficiente para una afirmación, una cita o un evento. Sin embargo, tampoco hay pruebas suficientes de falsedad.	4. En parte es erróneo. Las afirmaciones falsas y correctas se mezclan, la relación entre las dos es casi la misma.
5. Falta de contexto. Se omiten detalles necesarios para comprender los hechos. Los hechos o cifras son correctos, pero se difunden sin el contexto necesario, por lo que surgen malentendidos y conclusiones falsas. Una cita correcta ha sido sacada de contexto y, por lo tanto, puede ser malinterpretada. Los datos están desactualizados y difieren ahora.	6. Procesamiento de datos. Un documento, una foto o un vídeo se editaron distorsionando el significado. Se generó una foto o un video con la ayuda de inteligencia artificial (IA). Un sitio web o una captura de pantalla han sido falsificados para fingir ser una fuente legítima.	7. Mayoritariamente erróneo. La mayoría de las afirmaciones son falsas. Los aspectos menores pueden ser correctos, pero estos no influyen en la idea incorrecta. Una afirmación puede argumentar con un hecho o evento verdadero, pero sigue siendo demostrablemente falso.	8. Falso.

Fuente: elaboración propia a partir de CORRECTIV (2024).

En la misma línea, existe una tipología cualitativa de formas de desinformación visual que incluye lo siguiente: 1) el uso de imágenes no relacionadas para otorgar legitimidad a noticias textuales; 2) la presentación de un supuesto “consenso de expertos” en apoyo a posturas antisistema (una suerte de principio de autoridad); 3) el respaldo de afirmaciones verdaderas mediante imágenes falsas, y 4) el uso de pruebas descontextualizadas para sustentar afirmaciones falsas (Hameleers, 2024). En otras palabras, implica la utilización de imágenes que no coinciden con el texto, imágenes que aparentemente legitiman una posición sin fundamento y fotografías reales empleadas para respaldar información falsa.

Por otro lado, la desinformación ha experimentado un aumento significativo, debido al crecimiento exponencial de los flujos de información en el contexto del Capitalismo Contemporáneo (CC). Esta estructura ha sido objeto de análisis por diversos autores, los cuales han dado nombres diferentes para las características de dicho sistema. Algunos conceptos que se le dieron son los siguientes: el Imperio (Hardt y Negri, 2000), el Capitalismo de Ficción (Verdú, 2003), el Capitalismo Mundial Integrado (Guattari, 2004), la Segunda Modernidad y el Capitalismo Transestético (Lipovetsky y Serroy, 2009), la Era de la Información (Castells, 2011), la Aldea global (McLuhan y Powers, 2015), la Modernidad líquida y la Hipermodernidad (Bauman, 2017) y el Posmodernismo o la Condición de la Posmodernidad (Harvey, 2017).

Entre las características de dicha estructura, la vida social pareciera configurarse como una forma de biopoder virtual (Hardt y Negri, 2000) el cual condiciona el comportamiento tanto de individuos como sociedades, transformando y resignificando los símbolos. De forma que la información, al proporcionar experiencias a través del significado atribuido por los consumidores, suele desvanecer la importancia de la temporalidad (Verdú, 2003). Dicho fenómeno se da porque el CC permite a los usuarios apropiarse de los signos a través de una vasta cantidad de dispositivos, reafirmando su identidad como sujetos, no obstante también con la capacidad de contradecir lo que se es (Lipovetsky, 2018).

En relación con esto, el internet no condiciona el desarrollo social, pero facilita la comunicación a través de los dispositivos que representan a los diferentes intereses grupales e individuales, los cuales no dependen necesariamente de las características inherentes a los objetos utilizados (Pallavicini, 2008). No obstante, estos intereses grupales tienen la capacidad de distorsionar tanto la realidad como la información precisa, con el fin de obtener ventajas económicas, políticas o sociales. Lo cual convierte a



internet en un medio para la transmisión instantánea y, en algunos casos, viral de significaciones. El problema radica en que dicha información no siempre es verídica, sino que a menudo es distorsionada. Por otro lado, la desinformación ocurre porque la manipula el emisor con el propósito de tener influencia en beneficio de sus intereses, fomentando el consumo de información errónea por parte de los receptores. Ellos, en algunos casos, podrían reaccionar acorde a los objetivos o deseos del emisor (Rodríguez Andrés, 2018). Este hecho es frecuente entre partidos políticos, organizaciones con y sin fines de lucro, medios de comunicación, influencers, activistas, hackers, entre muchos otros entes sociales (Reilly, 2018). De manera que las prácticas de desinformación suelen polarizar los puntos de vista sociales poniendo en riesgo tanto la democracia como el acceso a información confiable (Klawitter y Grümpel, 2023), ya que usualmente buscan silenciar a críticos u opositores (Rivera Magos y González Pureco, 2023).

En otro sentido, se destaca a la figura de los prosumidores, son aquellos individuos que producen, difunden y consumen contenido de manera simultánea (Scolari, 2018). Estos, al intentar persuadir a otros, pueden propagar contenido falso, tanto de manera intencional como involuntaria. El consumo y prosumo que realizan en RSD les permite reafirmarse por las etiquetas que los conforman, tales como: la edad, género, orientación sexual, nivel educativo, religión, preferencias políticas y la alfabetización mediática digital los cuales se consideran también determinantes para adquirir desinformación (Casero-Ripollés et al., 2023). En este sentido, el posicionamiento ideológico propio, moldeado por la subjetividad, puede fomentar prejuicios y llevar a aceptar desinformación sin cuestionar su fiabilidad (Calvo y Clerici, 2023).

Se ha encontrado que las personas con un alto nivel educativo, en su mayoría con tendencias políticas de izquierda, tienden a buscar fuentes para verificar la información (Saldaña y Santos, 2023: 795). En contraste, diversos autores (Prochaska et al., 2023; Benaissa Pedriza, 2024) sugieren que los usuarios de RSD suelen ser explotados como intermediarios en cadenas de desinformación. En este contexto, los individuos desconocen su participación en la difusión de ideas falsas, ya que creen que el contenido que comparten es genuino.

Por otra parte, la mayoría de los jóvenes desconoce la existencia de fact-checkers, es decir, herramientas diseñadas para identificar noticias falsas. Además, aproximadamente una cuarta parte de los jóvenes



reconoce que los medios tradicionales difunden con frecuencia noticias falsas, cuyo contenido suele ser de índole política, humorística o de entretenimiento (Pérez-Escoda y Pedrero Esteban, 2021). Asimismo, plataformas como X (antes Twitter), Facebook y WhatsApp son utilizadas con frecuencia para la propagación de paparruchas o fake news. En este caso, se observa una marcada intencionalidad ideológica, falta de fuentes confiables y relatos ficticios que, en la mayoría de los casos, combinan texto con imágenes que no corresponden con la historia narrada (López-Martín et al., 2021; Canavilhas y Colussi, 2022; Hameleers, 2024).

De manera similar, Bartolomé (2021) señala que las RSD funcionan como vectores para la propagación de fake news y deep fakes, emitidas deliberadamente con fines de manipulación. Por otro lado, los estudiantes de entre once y dieciséis años tienden a informarse compulsivamente a través de contenidos audiovisuales y digitales mediante RSD, televisión y sus círculos inmediatos (familia o amigos). Sin embargo, más de la mitad de ellos no logra distinguir entre noticias falsas y reales, ni entre información y opiniones (Herrero-Curiel y La-Rosa, 2022). De igual forma, los estudiantes universitarios enfrentan dificultades para discernir entre información veraz y falsa, lo que subraya la importancia de implementar programas de alfabetización mediática y formación en habilidades críticas de pensamiento para evitar posibles implicaciones legales (Vega Cocha et al., 2024).

En un mundo donde se confunde con frecuencia la opinión con la información, este panorama favorece al consumo de contenido generado por usuarios maliciosos, como bots, trolls y cyborgs. En este contexto, Cano-Orón et al. (2023) describen los comportamientos relacionados con la verificación de información, los cuales pueden dividirse entre quienes la ignoran y quienes interactúan con ella. Además, esta interacción está influida por factores sociodemográficos (como género, nivel educativo y país), competencias digitales y factores de comportamiento, tales como la intención de informar, influenciar, conocer opiniones, provocar, entretener, complacer o molestar. También juegan un papel importante las emociones evocadas por el contenido, así como el apoyo, la radicalización o el alcance colectivo que este busca, ya sea político, social o económico. Por último, dado que estos factores inciden en las personas de manera cotidiana, podrían explicar por qué los temas predominantes de las noticias falsas suelen estar relacionados con la política, la inmigración, el racismo, el feminismo y la violencia de género (Blanco-Alfonso et al., 2021).



Por otro lado, México enfrenta un gran desafío en la lucha contra la desinformación, ya que las autoridades gubernamentales suelen atacar a los medios periodísticos de manera constante. Un ejemplo claro es el de un ex presidente cuyo periodo fue del 2018 al 2024, quien, mediante sus reiteradas críticas hacia los medios, contribuyó a que la confianza de los ciudadanos mexicanos en las noticias disminuyera del 50 % al 36 %. Esta situación llevó a que, en 2022, ciento ochenta periodistas firmaran una petición para exigir el fin del acoso contra los comunicadores que no se alinean con la agenda política gubernamental o que no manipulan la información a favor de intereses oficiales (Newman et al., 2023). Sin embargo, este problema no parece ser exclusivo de México. Según Rivera Magos y González Pureco (2023), más de la mitad de la información emitida por algunos líderes latinoamericanos —como Alberto Fernández en Argentina, Luis Arce en Bolivia, Gustavo Petro en Colombia y Nayib Bukele en El Salvador— es falsa, ya que su contenido es engañoso, y tiene conexiones erróneas y discursos de odio. Además, la desinformación se manifiesta en diversos formatos. Un ejemplo notable es el caso de contenido visual difundido en X, diseñado para favorecer intereses rusos (García-Marín y Salvat-Martinrey, 2023). En otras palabras, las campañas basadas en mentiras han demostrado ser una estrategia efectiva en el ámbito político para alcanzar objetivos específicos (García-Orosa, 2021). En resumen, existen innumerables intereses que pueden influir deliberadamente en la difusión de información, lo que agrava el problema de la desinformación y representa un reto significativo para la integridad de las democracias de la región.

Si las personas desconocen o no utilizan herramientas de verificación de datos (fact-checkers), están altamente expuestas a compartir información sin comprobar su veracidad. Aunque esta información puede estar relacionada con sus patrones de comportamiento o las emociones que les provoca, es poco probable que verifiquen su origen antes de difundirla. La desinformación está prácticamente presente en todos los ámbitos. En otras palabras, ningún dato escapa a la posibilidad de ser tergiversado, ya sea en formato textual, auditivo o visual, ni ninguna red digital está exenta de este fenómeno. Por ejemplo, plataformas como WhatsApp y Facebook han mostrado que la mitad de su contenido puede ser falso, mientras que en Twitter ocurre en menor medida (Blanco-Alfonso et al., 2021).

Si bien las RSD son el principal espacio donde prolifera el consumo de desinformación, esto no exime a la inteligencia artificial de participar en la creación de contenido falso, ya sea en formato visual o



textual. Esto depende, en gran medida, del uso ético que cada persona haga de estas herramientas, así como de su formación para emplear de manera adecuada las funcionalidades y realizar peticiones responsables a la IA (Vásquez et al., 2023). Otro problema evidente es la sustitución del periodismo de calidad por prácticas como el infoentretenimiento, el clickbait o las campañas mediáticas (Magallón-Rosa, 2022). Tanto el uso de inteligencia artificial como el consumo de fuentes confiables están directamente relacionados con el nivel de alfabetización mediática de las personas, así como con su capacidad para utilizar la tecnología de manera adecuada y evitar tanto la generación de información incorrecta como el consumo de fuentes no verídicas.

No obstante, no existe un único perfil de usuarios más vulnerables a la desinformación en línea, ya que el poder persuasivo de esta depende en mayor medida de las creencias e intereses personales que influyen en el consumo desinformado de datos. Esto ocurre porque, con frecuencia, las personas no corroboran la información y la aceptan como verídica si esta coincide con su forma de percibir el mundo (Valenzuela, 2024). En cuanto a los artículos publicados sobre desinformación, son más comunes las investigaciones enfocadas en soluciones para evitar o enfrentar este fenómeno. Sin embargo, los estudios relacionados con los patrones de difusión del contenido falso suelen tener mayor alcance y relevancia (García-Marín, 2021; López López et al., 2023).

Por ello, el propósito de este análisis, del estado del arte, es identificar y compilar estrategias y métodos para combatir la desinformación en línea para simplificar y sistematizar la información existente. No obstante, se reconoce que la desinformación es un fenómeno complejo que no se limita a las RSD, sino que también está presente en otros medios de comunicación, como la televisión, la radio, la prensa y los espacios presenciales (discursos públicos, conferencias, clases y conversaciones de persona a persona). Además, muchas veces estos contenidos presenciales terminan siendo compartidos en línea a través de diferentes formatos. Es esencial estudiar este fenómeno, dado que puede tener un impacto significativo en la ciudadanía (Rúas-Araújo y Fontenla-Pedreira, 2024).

## **METODOLOGÍA**

El enfoque metodológico de la investigación se llevó a cabo mediante una revisión de la literatura en la desinformación digital y el CC, con el objetivo de identificar estrategias y métodos para combatir la desinformación y proporcionar un sustento teórico desde donde situar el fenómeno. Esta revisión se



justifica en la observación de López López et al. (2023), quienes señalan que gran parte de los estudios sobre el tema presentan déficits epistemológicos y metodológicos. La metodología seguida fue de carácter no experimental y descriptiva. Se priorizaron estudios publicados en los últimos cinco años, a excepción de obras consideradas indispensables por su relevancia teórica o metodológica (Arnau Sabatés y Sala Roca, 2020). La secuencia de la revisión fue estructurada de la siguiente manera:

#### 1. Selección de fuentes:

Los artículos y obras se obtuvieron principalmente de Google Scholar, ResearchGate, Academia.edu y, en menor medida, de Taylor & Francis Online. En el caso de la búsqueda en Google Scholar se obtuvo un total de 50,600 con desinformación en redes para los cuales se consideraron solamente las primeras diez pestañas de búsqueda donde cada una tenía diez artículos, dando un total de cien. En el caso de Academia.edu el total fueron 13,862 de los cuales se contemplaron las primeras diez pestañas dando un total de cien artículos y capítulos de libro. En ResearchGate se consideró 50 artículos, no indica cuántos eran en la búsqueda total del tema. En Taylor & Francis Online al hacer la búsqueda en español arroja 58, no obstante en inglés (misinformation in social media) dio un total de 20, 088, solamente se consideraron 40 artículos.

#### 2. Criterios de inclusión y exclusión:

Se seleccionaron estudios que abordaran temas relacionados con el CC o la desinformación en RSD; para dicha búsqueda se utilizó *or* y *and* asimismo se consideró a los sinónimos de las palabras clave. De un total inicial de aproximadamente trescientas obras, se excluyeron aquellas que no cumplían con los criterios de antigüedad (si tenían más de cinco años) o relevancia directa, salvo aquellas consideradas fundamentales para el marco teórico o conceptual.

#### 3. Proceso de selección:

Para garantizar la pertinencia de las obras, se revisaron los títulos, resúmenes y conclusiones, seleccionando aquellos estudios que respondieron a las necesidades del artículo.

Limitaciones del estudio:

Se identificaron las siguientes limitaciones en la revisión de literatura:

- a) La abundancia de artículos sobre los temas complicó la selección precisa.
- b) Errores ocasionales en las búsquedas, incluso con búsquedas dobles.

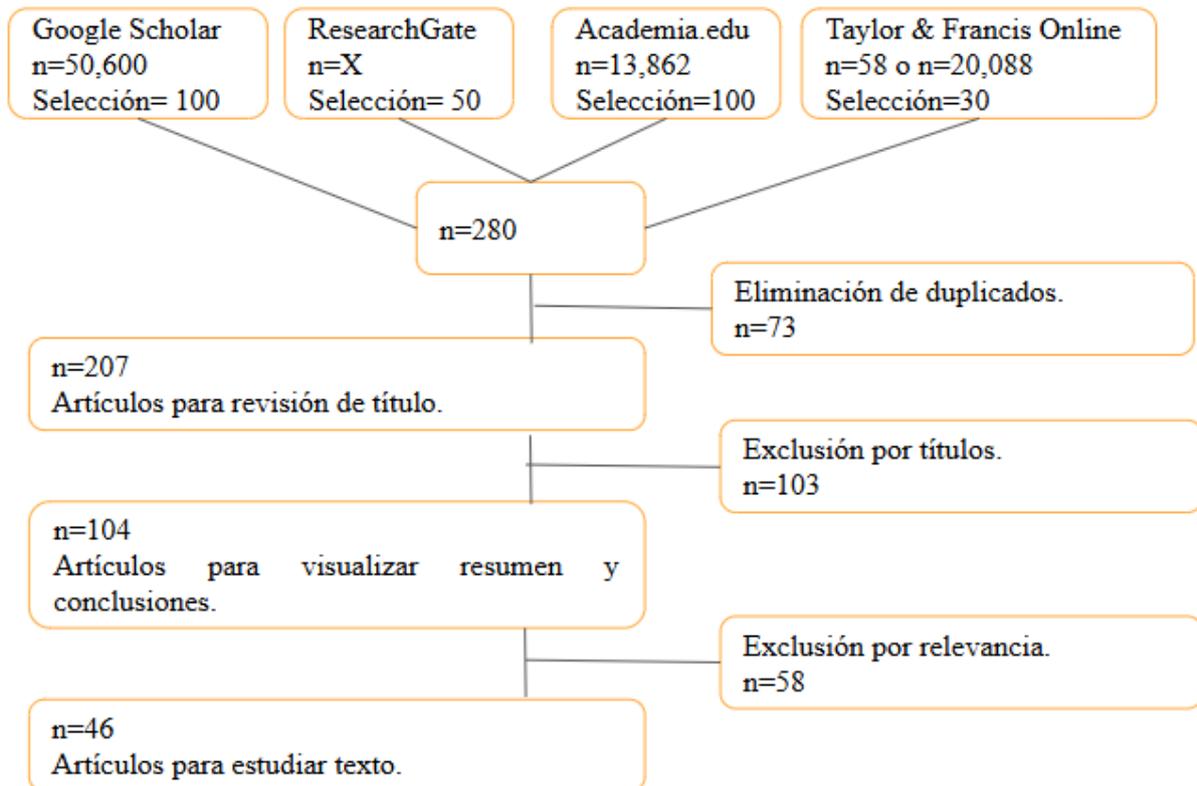


- c) Sesgos derivados del buscador o de las publicaciones.
- d) Restricciones de acceso debido a costos elevados.
- e) Sesgos personales en la selección y análisis de las obras (Barredo-Ibáñez et al., 2021).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información considerada para la metodología se resume a continuación (Figura 1):

**Figura 1.** Esquema de revisión de literatura en desinformación de redes.



Fuente: elaboración propia.

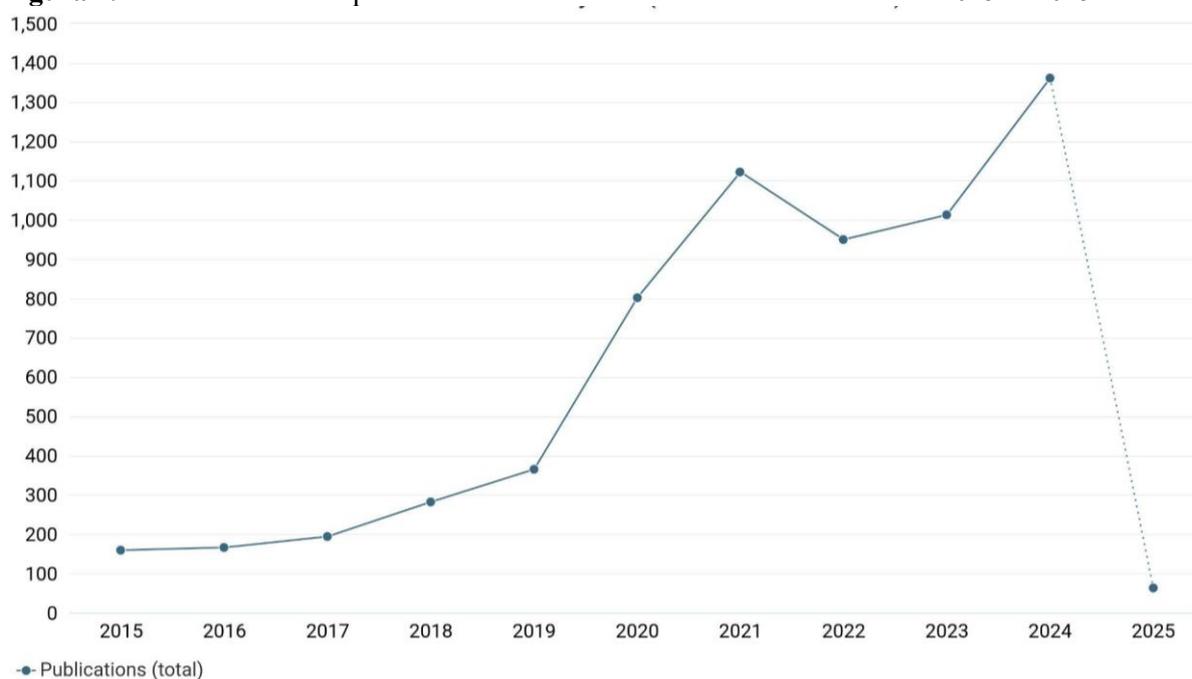
En los artículos revisados predominantemente trataron de la sobreabundancia de información, lo cual coincide con el CC indicando que todo tiene un mayor alcance mediante RSD. Es tanto el desplazamiento de información que ha permitido también la abundancia de las noticias falsas o paparruchas (independientemente de si es intencionado o no). De igual forma los estudios fueron no longitudinales y en su mayoría fueron cualitativos; predominando los de reflexión o revisión de literatura.

En cuanto a las estrategias, los estudios suelen sugerir alguna o todas las siguientes: verificar los hechos (fact-checkers), regulaciones de las RSD o de los gobiernos contra la desinformación y propuestas de

alfabetización digital con miras a ser crítico con la información que se consume en línea. Por otro lado, pocos artículos abordan aspectos epistemológicos y gran parte de ellos se centran en una red o varias y los aspectos políticos en cómo son usadas.

Para contextualizar la búsqueda sobre desinformación en redes, se utilizó la plataforma Dimensions de Digital Science. Los resultados indicaron que, al buscar "desinformación en redes," se identificaron un total de 7,175 divididos en las siguientes áreas: 1,300 artículos en el área de Lengua, Comunicación y Cultura; 1,028 en Estudios de Comunicación; 678 en Sociedad Humana; 476 en Artes Creativas y Escritura; 351 en Medios Digitales; entre muchas otras áreas de menor representación.

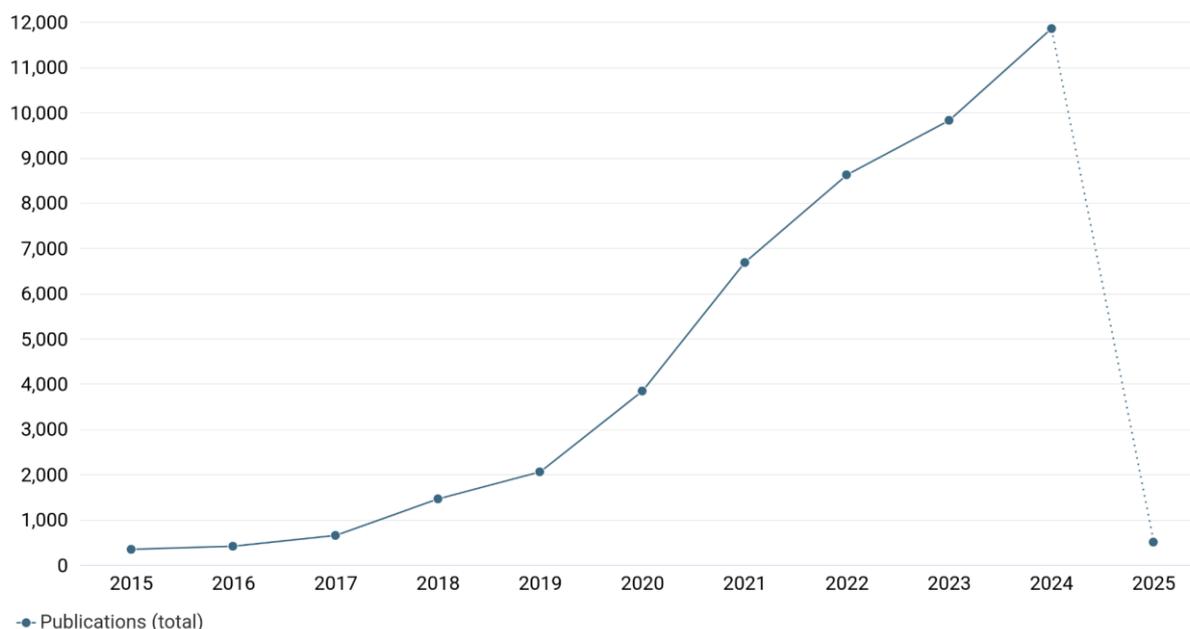
**Figura 2.** Crecimiento de las publicaciones sobre desinformación en redes del 2015 al 2025.



Fuente: elaboración propia a partir de Digital Science (2025).

La búsqueda en inglés de los términos disinformation y misinformation arrojó un total de 50,702 artículos, distribuidos en las siguientes áreas: Ciencias de la Información y la Computación, con 12,767 artículos; Lengua, Comunicación y Cultura, con 12,529; Estudios de Comunicación y Medios, con 10,122; Sociedad Humana, con 8,297; y Artes Creativas y Escritura, con 6,771, entre otras áreas de menor representación.

**Figura 3.** Crecimiento de las publicaciones sobre desinformación y misinformación del 2015 al 2025.



Fuente: elaboración propia a partir de Digital Science (2025).

En las figuras 2 y 3 (período 2015 a 2025) se observa un crecimiento gradual en las investigaciones relacionadas con el tema aunque a raíz de la pandemia se observa un incremento notable. Muchas publicaciones se centran en la relación salud y desinformación, así como en desinformación y aspectos políticos e implicaciones para la democracia. Dichos temas despertaron el interés en la desinformación visibilizando un problema que, aunque siempre estuvo presente, parecía inadvertido. Esta situación no se limita únicamente a las RSD, también ocurre en los demás medios de comunicación humana y, en muchos casos, puede tener fines intencionados.

Finalmente, debe subrayarse la novedad científica, lo controversial, las perspectivas y prospectivas teóricas, las aplicaciones prácticas y la pertinencia del trabajo en relación a la línea de investigación.

## CONCLUSIONES

Hay quienes consideran que la vigilancia digital, usualmente asociada a regímenes autoritarios como los de China y Rusia, es una herramienta óptima para regular y censurar la información (Bartolomé, 2021). Aunque consideramos que eso no exime la desinformación de diferente índole (política, social, económica, entre otros) en ese control gubernamental. El principal problema con ese control autoritario digital es que dificulta la formación de ciudadanos críticos de lo que consumen. Por ejemplo, se ha demostrado que hay ausencia de pensamiento crítico en el contenido mediático adquirido por parte de

personas de entre once y dieciséis años esto solamente evidencia la inminente necesidad de no solo adquirir el acceso a los dispositivos e internet sino adquirir las capacidades para evitar consumir acríticamente (Herrero-Curiel y La-Rosa, 2022).

Una de las formas más efectivas para ser críticos con la información es desarrollar la capacidad de identificar fuentes confiables. Por ello, se debería considerar incluir a la alfabetización digital en los planes educativos en la infancia o en la educación media. Lo anterior es relevante ya que en la pandemia de COVID-19 los estudiantes universitarios que usaron a las RSD como medio de información estuvieron frecuentemente desinformados, lo cual afectó para el combate a la pandemia (Agostino et al., 2024). De manera que es esencial que los estudiantes adquieran alfabetización digital adecuada para su futuro profesional permitiéndoles comprender la posible influencia que tiene un uso irresponsable del internet o cómo impactaría esto en su vida (García-Orosa, 2021).

No obstante, se encontró que en RSD como Instagram y WhatsApp se incrementa la credulidad a la desinformación quizás porque hay menos verificación de información y la mayor privacidad. Aunque utilizar estrategias educativas no siempre logra reducir la desinformación los datos sugieren que las personas con mayor alfabetización digital tienen más herramientas para hacer frente al fenómeno desinformativo (Montemayor Rodríguez y García Jiménez, 2021; Echeverría y Rodríguez Cano, 2023). Por lo tanto, sería ideal que las instituciones educativas agreguen en sus planes curriculares la alfabetización mediática para que puedan identificar y combatir la desinformación en un entorno cada vez más digital.

En México, no existe una ley o reglamento específico contra la desinformación. No obstante, hay quienes aseveran que prohibir o restringir la información podría atentar contra la libertad de expresión. A pesar de ello, existen múltiples leyes en diversas áreas para regular las consecuencias derivadas de la desinformación (Puente Gallegos, 2022); Es importante destacar que el regular la desinformación no implica coartar la libertad de expresión sino evitar el uso engañoso de información y que la información difundida sea veraz. Por otro lado, Lim et al. (2024) sugieren que es necesario establecer regulaciones, especialmente en las RSD, y recurrir a legislaciones en caso de ser imprescindible para contrarrestar este fenómeno (Galarza Molina, 2022). Un ejemplo de este enfoque regulatorio lo representa la Unión Europea, que ha implementado un marco jurídico sólido contra los difusores de desinformación Además,



promueven un modelo basado en la educación ciudadana, fomentando conocimientos y habilidades que permitan a las personas identificar y evitar la desinformación (Sádaba y Salaverría, 2023).

En esta misma línea, García-Orosa (2021) sostiene que es necesario contar con regulaciones nacionales, además de fomentar una ciudadanía crítica ante la desinformación, asimismo hacerles reflexionar sobre posibles intervenciones y utilizar la inteligencia artificial (IA) para su beneficio y de manera crítica. De manera similar, los ciudadanos españoles consideran que las mejores estrategias para combatir la desinformación incluyen verificar la información y promover legislaciones adecuadas, apostando así por un futuro más informado y libre de engaños (Casero-Ripollés et al., 2023). Una de las formas más efectivas de verificación es contrastar la información y comprobar la fiabilidad de las fuentes, lo que puede lograrse mediante el uso de herramientas como los verificadores de fuentes conocidos por su anglicismo: fact checkers (Montemayor Rodríguez y García Jiménez, 2021).

Por otro lado, los periodistas consideran que la difusión de noticias falsas es un problema grave y que el uso del término fake news perjudica la credibilidad de los medios de comunicación (Galarza Molina, 2022). Esta percepción se confirma con un estudio realizado por Van der Meer y Hameleers (2024) en siete países (Estados Unidos, Inglaterra, Países Bajos, Alemania, Francia, Polonia e India), en el cual se aplicó un cuestionario para analizar la percepción sobre la desinformación en los ciudadanos. Los resultados revelaron que, en todos los países, predomina la idea de que aproximadamente la mitad de las noticias, tanto en línea como fuera de ellas, contienen información engañosa o falsa. Ante la creciente falta de credibilidad de las organizaciones periodísticas, una estrategia para recuperar la confianza de los consumidores podría consistir en incrementar el rigor, la ética y la calidad de las publicaciones. Además, es fundamental promover una comunicación bidireccional con el público, dado que este se caracteriza por interactuar continuamente y percibirse como competente en tecnologías de la información y la comunicación (García-Marín, 2021).

La UNESCO impulsa la iniciativa MIL CLICKS, que recomienda a los usuarios verificar los titulares, analizar las reacciones emocionales que provocan, revisar la fuente de información, corroborar los datos en caso de duda, examinar los enlaces a los que redirigen, y tener en cuenta que la presencia de numerosos anuncios puede ser un indicativo de falsedad. También se sugiere utilizar herramientas de verificación de fuentes (fact checkers) (Cabrera Castiglioni et al., 2023). Asimismo, existen plataformas



especializadas en la verificación de información, como correctiv.org, AFP Fact Check, Reuters Fact Check, Mimikama.at, Maldita.es, UyCheck y Verificado.uy (Bustos-Díaz y Ruiz-del-Olmo, 2020; Klawitter y Grümpel, 2023; Cabrera Castiglioni et al., 2023). El surgimiento de estas aplicaciones responde a la creciente necesidad de combatir la desinformación.

Sin embargo, a pesar de las recomendaciones de la UNESCO, se ha detectado que menos de la mitad de los futuros periodistas reciben formación en proyectos de fact checking, lo que refuerza la urgente necesidad de conocer y emplear estas herramientas (Dourado et al., 2025). En este contexto, los periodistas sugieren que es fundamental implementar programas de capacitación tanto para profesionales de los medios como para el público en general, ya que existen barreras en los medios y deficiencias en la preparación profesional que pueden limitar o incluso agravar la difusión de información incorrecta (Galarza Molina, 2022). Por otro lado, aunque los periodistas conozcan las herramientas de verificación, otro estudio destaca que la mayoría de ellos cree tener las habilidades necesarias, pero reconoce la importancia de recibir una formación más sólida sobre su uso (Gómez-Calderón y López-Martín, 2024).

Para dicha formación Hernández Pérez (2021) recomendó a los usuarios verificar su consumo de información en internet mediante diversas técnicas. Entre estas, destacan revisar las URL, comprobar las fechas de publicación, buscar a los autores en otras fuentes, consultar grupos de verificadores, evitar seguir cuentas anónimas, desarrollar habilidades mediáticas, mantenerse actualizado en tecnología y reflexionar sobre las propias creencias. Por otra parte, en México, las redes sociales más utilizadas para compartir noticias o cualquier tipo de contenido son Facebook, YouTube, WhatsApp, TikTok, Twitter e Instagram (Newman et al., 2023). Sin embargo, estas plataformas han puesto de manifiesto que, aunque permiten la difusión inmediata de información, presentan una notable carencia en la verificación de los datos que circulan (Unda Endemaño e Iturregui Mardaras, 2025).

Además, al analizar la forma en que los mexicanos participan en el intercambio de noticias, se encontró que las dinámicas de interacción son relativamente equilibradas. No obstante, predominan los participantes reactivos, quienes leen, comparten y reaccionan ante las publicaciones. En segundo lugar, se encuentran los consumidores pasivos, que no participan activamente, y, finalmente, los participantes activos, quienes comentan y publican contenido de forma regular (Newman et al., 2023); el ser capaces



de identificar cómo participan primordialmente los usuarios permite atacar al problema de fondo que es evitar leer, reaccionar, comentar y compartir información falsa o engañosa para evitar que esta tenga un mayor alcance.

Sugerencias para futuras investigaciones al presentar los resultados de la revisión sistemática utilizar método de mapeo o índice para subdesglosar los temas trabajados en todos los artículos y que la presentación resumida sea más atractiva y afinada; es decir, sería una técnica embudo de lo general a lo más específico de la literatura. También los datos pueden ser presentados en tabla considerando títulos de artículos, resúmenes y conclusiones. Se observa una aparente sobreabundancia de artículos sobre desinformación en las RSD, sin embargo, se debe de revisar el enfoque, la metodología, el aporte de dicho artículo sobre otros y se debe ser selectivo sobre la calidad al momento de incluir estas investigaciones. También son de suma importancia los estudios tanto cualitativos como cuantitativos que hacen un aporte propio más allá de la revisión de literatura, por lo cual recomendamos más estudios con aportes propios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agostino, M., Mammone, M. y Ruberto, S. (2024). Pandemic and Infodemic: The Role of Social Media in Disinformation Relating to COVID-19 in Italy. *Forum for Social Economics*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/07360932.2024.2405588>
- Arнау Sabatés, L. y Sala Roca, J. (2020). *La revisión de la literatura científica: pautas, procedimientos y criterios de calidad*. <https://ddd.uab.cat/record/222109>
- Barredo-Ibáñez, D., De-la-Garza-Montemayor, D. J., Torres-Toukourmidis, Á. y López-López, P. C. (2021). Artificial intelligence, communication, and democracy in Latin America: a review of the cases of Colombia, Ecuador, and Mexico. *Profesional de la información*, 30 (6), e300616. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.16>
- Bartolomé, M. C. (2021). Redes sociales, desinformación, cibersoberanía y vigilancia digital: una visión desde la ciberseguridad. *RESI: Revista de estudios en seguridad internacional*, 7(2), 167-185. <http://dx.doi.org/10.18847/1.14.9>
- Bauman, Z. (2017). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.



- Benaissa Pedriza, S. (2024). Activistas, «influencers» y usuarios de redes sociales como fuente de desinformación: una tipología operativa de nuevos líderes de opinión en los entornos digitales. *Enrahonar*, 73, 105-129. <https://ddd.uab.cat/record/299465>
- Blanco-Alfonso, I., Chaparro-Domínguez, M. y Repiso, R. (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 779-791. <https://doi.org/10.5209/esmp.76189>
- Bustos-Díaz, J. y Ruiz-del-Olmo, F. (2020). Comunicar en tiempos de crisis en las redes sociales. Estrategias de verificación e intermediación informativa en los casos de Facebook, Instagram y Twitter durante la COVID-19. *Hipertext. Net*(21), 115-125. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.10>
- Cabrera Castiglioni, M., Canzani Cuello, J. y Saraiva Cruz, I. (2023). Pautas de alfabetización informacional y mediática en contextos de desinformación: su proceso de elaboración. *Informatio*, 28(2), 126-141. <https://doi.org/10.35643/Info.28.2.15>
- Calvo, E. y Clerici, P. A. (2023). Después de la #ConsolidaciónDemocrática: Redes sociales, polarización y fake news. *Desarrollo Económico: Revista de Ciencias Sociales*, 63 (240), 195-202. <https://ojs.ides.org.ar/index.php/desarrollo-economico/article/view/636>
- Canavilhas, J. y Colussi, J. (2022). Whatsapp como plataforma de desinformación: Estudio de caso de las elecciones presidenciales brasileñas. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(3), 1-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3519>
- Cano-Orón, L.; Calvo, D.; Mestre, R. y Meneu, M. (2023). La deconstrucción de la desinformación: Tipologías de desinformación en redes sociales. *Ecología de la desinformación y su impacto en el espacio público* (pp. 113 -135). Nueva York: Peter Lang. DOI: 10.3726/b20308.
- Casero-Ripollés, A., Doménech-Fabregat, H. y Alonso-Muñoz, L. (2023). Percepciones de la ciudadanía española ante la desinformación en tiempos de la COVID-19: Efectos y mecanismos de lucha contra las noticias falsas. *Icono 14: Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 21 (1), 1-21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1988>



- Castells, M. (2011). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red* (Vol. 1). Siglo XXI.
- Cervantes Hernández, R. y Chaparro Medina, P. M. (2021). Transformaciones en los hábitos de comunicación y sociabilidad a través del incremento del uso de redes sociodigitales en tiempos de pandemia. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*, 52, 37-51. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.03>
- CORRECTIV. (2024). *Unsere Faktencheck-Bewertungsskala*. <https://correctiv.org/faktencheck/ueber-uns/2018/10/04/unsere-bewertungsskala/>
- Digital Science. (2025). búsqueda de desinformation, misinformation y desinformación en redes. Dimensions Analytics. <https://app.dimensions.ai/>
- Dourado, T., Torre, L. y Jerónimo, P. . (2025). Desorden informativo y periodismo: cartografía de las competencias digitales y las carencias formativas de los periodistas en Portugal. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 40. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2720>
- Echeverría, M. y Rodríguez Cano, C. A. (2023). ¿ La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79-95. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3246>
- Figuroa Alcántara, H. A. (2021). La verificación digital como método para contrarrestar la desinformación: perspectivas desde las bibliotecas. *Información, desinformación, bibliotecas y usuarios del siglo XXI*. (pp. 235-257). [https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI\\_UNAM/135/1/10\\_informacion\\_desinformacion\\_hugo\\_figuroa.pdf](https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/135/1/10_informacion_desinformacion_hugo_figuroa.pdf)
- Galarza Molina, R. A. (2022). El periodismo mexicano frente a la desinformación: percepciones sobre los responsables, las estrategias implementadas y las potenciales soluciones ante el problema. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4). DOI: 10.5209/esmp.77636
- García-Marín, D. (2021). Agenda temática, metodologías e impacto de la investigación sobre desinformación. Revisión sistemática de la literatura (2016-2020). *Doxa Comunicación*, 33, pp. 321-346. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a854>



- García-Marín, D. (2021). Las fake news y los periodistas de la generación z. Soluciones post-millennial contra la desinformación. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 37-63. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>
- García-Marín, D. y Salvat-Martinrey, G. (2023). Desinformación y guerra. Verificación de las imágenes falsas sobre el conflicto ruso-ucraniano. *Icono14*, 21(1), 9. <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1943>
- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. *Profesional de la información*, 30(6), e300603. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Gómez-Calderón, B. y López-Martín, Á. (2024). La verificación de datos en los medios de comunicación españoles: Rutinas, fuentes, herramientas y grado de formación de los periodistas. *Profesional de la Información*, 33(1), 1–16. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0010>
- Guattari, F. (2004). *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*. Traficantes de sueños. <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Plan sobre el planeta-TdS.pdf>
- Hameleers, M. (2024). La naturaleza de la desinformación visual en línea: un análisis cualitativo del contenido de los medios alternativos y sociales en los Países Bajos. *Comunicación Política*, 42(1), 108–126. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2354389>
- Hameleers, M., van der Meer, T. y Vliegthart, R. (2024). How persuasive are political cheapfakes disseminated via social media? The effects of out-of-context visual disinformation on message credibility and issue agreement. *Information, Communication & Society*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2388079>
- Hardt, M. y Negri, A. (2012). *Imperio*. (2da ed.). Paidós.
- Harvey, D. (2017). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. (2da ed.) Amorrortu editores.
- Herrero-Curiel, E., y La-Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30(73), 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>



- Klawitter, O., & Grümpel, C. (2023). Competencias digitales en la detección de desinformación y la creación de un habitus crítico de lectura en las redes sociales de universitarios como materia en la formación de profesores. *La comunicación y el lenguaje entre las personas: herramientas didácticas para el desarrollo de las sociedades*. (pp. 707-728). <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/140540>
- Lim, X. J., Quach, S., Thaichon, P., Cheah, J. H., & Ting, H. (2024). Fact or fake: information, misinformation and disinformation via social media. *Journal of Strategic Marketing*, 32(5), 659–664. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2024.2306558>
- Lipovetsky, G. (2018). *Era del vacío*. Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Editorial Anagrama.
- López López, P. C., Mila Maldonado, A. y Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Uru: Revista De Comunicación y Cultura*, (8), 69-89. <https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- López-Martín, Á., Gómez-Calderón, B. y Córdoba-Cabús, A. (2021). Desinformación y verificación de datos. El caso de los bulos sobre la vacunación contra la Covid-19 en España. *Revista ibérica de sistemas e tecnologías de informação*, (E45), 431-443. [https://www.uma.es/media/files/Art%C3%ADculo\\_RISTI\\_E45\\_431-443.pdf](https://www.uma.es/media/files/Art%C3%ADculo_RISTI_E45_431-443.pdf)
- Magallón-Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Revista Más Poder Local*, 50, pp. 49-65. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- McLuhan, M., y Powers, B. (2015). *La aldea global*. Editorial Gedisa.
- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T. y Lee, D. (2021). “Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 180-212. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>



- Montemayor Rodríguez, N. y García Jiménez, A. (2021). Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital. *Revista General de Información y Documentación*, 31(2), pp. 601-619. <https://doi.org/10.5209/rgid.79460>
- Newman, N., Fletcher, R., Kirsten, E., Robertson, C. y Kleis Nielsen, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)
- Pallavicini, P. (2008). Los objetos de consumo en la construcción de los procesos de individuación de adolescentes. *Última Década*, 29. 29-46. <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v16n29/art03.pdf>
- Peña-Fernández S., Peña-Alonso U. y Eizmendi-Iraola M. (2023). El discurso de los periodistas sobre el impacto de la inteligencia artificial generativa en la desinformación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 833-841. <https://doi.org/10.5209/esmp.88673>
- Pérez-Escoda, A., y Pedrero Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista latina de comunicación social*, (79), 67-85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Prochaska, S., Duskin, K., Kharazian, Z., Minow, C., Lucker, S., Venuto, S., West, J. D. y Starbird, K. (2023). Mobilizing Manufactured Reality: How Participatory Disinformation Shaped Deep Stories to Catalyze Action during the 2020 U.S. Presidential Election. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 7, CSCW1, artículo 140, 1-39. <https://doi.org/10.1145/3579616>
- Puente Gallegos, M.I. (2022). Noticias falsas: una perspectiva jurídica mexicana, *Derecom*, 32, 35-52. <http://www.derecom.com/derecom/>
- Reilly, I. (2018). F for Fake: Propaganda! Hoaxing! Hacking! Partisanship! And Activism! In the Fake News Ecology. *The Journal of American Culture*, 41 (2), 139-152. <https://doi.org/10.1111/jacc.12834>
- Rodríguez Andrés R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y Comunicación Social*, 23(1), 231-244. <https://doi.org/10.5209/HICS.59843>



- Sádaba, C. y Salaverrí-a, R. (2023). "Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea". *Revista latina de comunicación social*, n. 81, pp. 17-33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Saldaña, M. y Santos, M. (2023). Sherlock-wannabes or when the audience fact-checks: How ideology, education, and alternative media use explain fact-checking behaviors. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (4), 795-805. <https://doi.org/10.5209/esmp.88097>
- Scolari, C. (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. <https://bit.ly/2OBsDUX>
- Suau, J. y Puertas-Graell, D. (2023). Disinformation narratives in Spain: reach, impact and spreading patterns. *Profesional de la información*, 32(5), e320508. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.08>
- Unda Endemaño, A. e Iturregui Mardaras, L. (2025). Las redes sociales en la cobertura de conflictos: las percepciones de los periodistas ante los riesgos, las oportunidades y el impacto en las rutinas profesionales. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 40. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2118>
- Unión Europea (2024). *Tackling online disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>
- Valenzuela, S. (2024). Cuando los algoritmos son editores: Cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias. *Comunicación y Medios*, 33(49), 186-191. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74976>
- Van der Meer, T. G. L. A., y Hameleers, M. (2024). Percepciones de la prominencia de la desinformación: una comparación entre países de las estimaciones de la prevalencia de la desinformación y las percepciones en tercera persona. *Información, Comunicación y Sociedad*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2375256>
- Vásquez, F., Defaz, M., López, J., Vega, D., & Vazco, C. (2023). Estrategias Educativas por Medio de Herramientas Digitales Basadas en Inteligencia Artificial, Revisión Bibliográfica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5691-5708. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i6.9110](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9110)



Vega Cocha, D. P., Vásquez Chicaiza, F. P., Guevara Guevara, A. M., Maldonado Palacios, I. A. y Maldonado Arce, M. E. (2024). Desinformación en la era digital: el papel de las redes sociales en la propagación de noticias falsas durante conflictos globales. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 12. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1865>

Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Ed. Anagrama.

