

PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS *FAKE NEWS* COMO RECURSO EN EL PERIODISMO SATÍRICO

SAMARA RUBÍ SEGOVIA PÉREZ*
AURORA KRISTELL FRÍAS LÓPEZ**

11

Cinzontle

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la percepción de los estudiantes de Comunicación sobre la función y el impacto de las *fake news* en la construcción de la realidad social bajo la perspectiva teórica de las representaciones sociales. El estudio se realizó con los estudiantes de una universidad pública de Tabasco que oferta la licenciatura en Comunicación con línea de especialidad en periodismo. Se trabajaron con dos técnicas de recolección de datos, la encuesta y entrevistas semiestructuradas aplicadas a una muestra representativa de estudiantes y se entrevistó a cuatro periodistas locales. Entre los hallazgos se

concluye que los estudiantes de comunicación son conscientes de las *fake news*, pero la comparten a modo de expresión y diversión, aunque tanto estudiantes y profesionales saben que el daño que ocasiona en algunos.

Palabras clave: *fake news*, periodismo, realidad social, satírico, noticias, internet.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the perception of Communication students about the function and impact of *fake news* and the perception of dissemination students in the construction of social reality from the theoretic

perspective of social representations. The study was carried out with students from a public university in Tabasco that offers a degree in Communication. Two data collection techniques were used, the survey and semi-structured interviews applied to a representative sample of students, and four local journalists were interviewed. Among the findings, it is concluded that students are aware of the *fake news* on the site, but they share it for expression and fun, although both students and professionals are aware of the damage it causes in some.

Keywords: *fake news*, journalism, social reality, warp, news, internet.

* Estudiante de la Licenciatura en Comunicación en la DAEA UJAT.

**Doctora en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y Comunicación. Profesora investigadora en la Licenciatura en Comunicación y la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura de la DAEA UJAT.

INTRODUCCIÓN

Debido al surgimiento de las tecnologías de la información tales como la radio, el cine, la televisión, etc., se ha conseguido que un mayor número de personas esté informada en medio de la vertiginosidad del tiempo y de la diversidad de posibilidades. Actualmente también el Internet permite la interconexión entre personas, organizaciones e instituciones alrededor del mundo, ayudando a través de la conectividad el intercambio de hechos noticiosos, como una de muchas cualidades que tiene la red. Olivar G. lo describe así: “La irrupción de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la sociedad actual, está llevando a cabo importantes cambios en nuestra forma de vivir, de relacionarnos y de aprender” (Olivar G, 2017. p. 23). Así estas ya forman parte de nuestras vidas y son una extensión de las mismas. Grandes cantidades de información circula a diario en internet; anuncios, fotos, documentos, videos, artículos y sobre todo noticias.

La difusión de noticias ha avanzado de manera acelerada, donde su principal característica es la inmediatez y el rompimiento de los límites geográficos a causa de la denominada telaraña mundial: Internet. Un ejemplo es la explosión de la planta química en China, suceso del que la mayoría de la población mundial se enteró a través de la web. Al mismo tiempo del desarrollo de las tecnologías también fueron surgiendo considerablemente el engaño y la información falsa, acompañando a la evolución de estas. Es aquí donde entran las llamadas *fake news*.

Cabrera y Vaillant (2017) definen a las *fake news* como información falsa que intenta manipular a las masas sin importar el propósito y que tiene presencia desde el inicio de los medios masivos de comunicación, pero en donde resalta es en el ciberespacio, donde la información se comparte a una gran velocidad, en las redes sociales digitales como Facebook. “La internet, con toda su grandeza, de igual forma puede ser el lugar exacto para la desinformación, el libelo, la difamación, la adoctrinación, etcétera.” (Cabrera y Varillan, 2017. p. 4).

La información se encuentra cada vez más cercana a todo aquel que quiera acceder a ella, gracias a la Internet; incluso el usuario común puede generar contenido y difundirlo a través de la red. Páginas como El Deforma se encargan de la difusión de estas *fake news*. Esto termina afectando la construcción de la realidad, pero más allá del daño, basado en la tergiversación, se debe identificar qué tan grande es la dimensión de ese impacto, así como la forma en que se efectúa la manera en que los jóvenes se acercan a la información generada en las redes virtuales y la forma en que la apropian a través de la creencia, primero y posteriormente en la reproducción de ésta.

Las *fake news* estuvieron en su apogeo durante las pasadas campañas electorales en Estados Unidos, donde Hillary Clinton y Donald Trump fueron el foco de atención de noticias apócrifas antes y después de las votaciones. El USA Today informó en el año 2018 que “El Cuerpo de Marines de los Estados Unidos suspendió al general Kurt Stein por presunto acoso sexual [...] Ahora, los adver-

sarios extranjeros están utilizando la misma acusación contra los Estados Unidos.” (Milbank, 2018). Pues el presidente Trump acaparó el concepto de *fake news* para su uso personal, no descartó la práctica de sus negocios ni siendo presidente.

De igual forma las *fake news* han beneficiado a los gobiernos, apagando o cubriendo los errores cometidos por algunos, o para esconder hechos que no quieren que salgan a la luz. “Esta semana, el periódico oficial del Partido Comunista Chino, el Diario del Pueblo, usó las palabras de Trump para socavar la cobertura crítica de los medios a un Pekín cada vez más autoritario.” (Erlanger, 2017, p.45).

Si bien existe el término de clasificado para señalar aquella información que es delicada para la población en general, no se debe confundir con el uso de las *fake news* como herramienta para manipular u ocultar información.

A pesar de que el término *fake news* es relativamente nuevo, es una práctica milenaria que surge a la par del periodismo. Hasta la fecha se habla de errores históricos que han marcado generación tras generación, desde los míticos avistamientos de pie grande o el yeti, hasta rumores sobre posibles guerras. El Gran incendio de Roma, cuyo origen aún es desconocido; las persecuciones de brujas en la Europa medieval; el descubrimiento de América y el relato de marineros donde narraban sobre lugares con inmensas riquezas; y la propaganda de la segunda guerra mundial, si, la historia está plagada de *fake news*. El diario electrónico El Mundo (2018) da ejemplo de las *fake news* durante el holocausto judío:

Pero el crimen del Holocausto no fue un proceso espontáneo, por el contrario, se alimentó de diversos elementos que hicieron posible que lo impensable ocurriera... Uno de estos “medios de comunicación” encargados de poner en circulación noticias como la de “judíos sacrifican a niños cristianos durante la Pascua para beber su sangre” fue *Der Stürmer* (el atacante) dirigido por el antisemita Julius Streicher, íntimo amigo de Hitler y consejero sobre cómo solucionar la cuestión judía. (Aguirre, 25/01/2018).

La evidente propaganda amarillista ejemplifica el impacto que las denominadas noticias falsas fungían como anzuelo para, a través de una mentira, despertar un odio infundado a una población en específico. Esto refiere a la manipulación mediática y un medio de control de la población. Dross-Rotzank (2019) define a las *fake news* como una manipulación mediática de internet ciber plaga del siglo XXI.

EL PERIODISMO SATÍRICO

Al abordar la temática de las *fake news*, es inevitable aseverar a los medios donde estos transitan a diario, decir que las noticias transitan en internet sería hablar de algo muy general, casi llegando a una explicación infinita de los sitios, blogs, podcasts y demás publicaciones en la red. En México existen diversos espacios vinculados a la generación de noticias falsas, creados con fines diversos. En el 2018 *El financiero*, a través de su publicación: Estas son las páginas con más '*fake news*', publicó una lista de cuentas de Twitter y Facebook que se dedican a

la difusión de información falsa, donde cada una cuenta con aproximadamente 1.8 millones de seguidores.

A pesar de que el fin principal de las redes sociales digitales es distinto, como en el caso de Facebook que “...es una plataforma de red social mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido. “Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social popular de todas las existentes en la actualidad” (Facchin, 2018). El periódico virtual *Diario 16* lo expone de la siguiente forma:

Facebook se rinde ante las *fake news* y su creador reconoce ante el mundo que no podrán evitar las noticias falsas con respecto a las próximas elecciones europeas. Así, Zuckerberg confiesa que “nos enfrentamos a adversarios inteligentes, creativos y bien financiados que cambian sus tácticas cuando detectamos el abuso. (Sánchez, *Diario 16*, Junio 2019).

Para el fundador de Facebook, la enorme cantidad de *fake news* en los espacios virtuales es un fenómeno social difícil de detener, más cuando existen sitios creados especialmente para éstas como *El deforma*. Debido a esto es oportuno investigar este tipo de espacios que logran una distribución de información falsa y sin restricción o consecuencia alguna, desde la percepción de los jóvenes futuros licenciados en Comunicación. Es necesario enfatizar que el pe-

riódico virtual *El Deforma* es una asociación reconocida por la divulgación de noticias falsas que tiende a la exageración y sobre todo, a la tergiversación de hechos. El mismo nombre sugiere ser una burla del diario *Reforma*. En el sitio se define a este espacio virtual así:

El portal *El deforma* es un diario satírico cuyo único fin es el entretenimiento. Todos sus contenidos son ficción y no se corresponden con la realidad. Todos los referentes, nombres, marcas o instituciones que aparecen en la web se usan como elementos contextuales, como en cualquier novela o relato de ficción. (*El Deforma*, 2020)

A pesar de declararse abiertamente un lugar de mofas, no todos hacen caso a las advertencias de este sitio, donde ellos se autodefinen a partir del eslogan que dice así “Un No-ticiero de verdad” haciendo alusión al objetivo de inventar con la única finalidad de entretener a los lectores, dejando la aclaración que todo lo publicado es mentira: “Honestamente todo es fantasía, ficción, periodismo de humor y sátira” (*El deforma*, 2020).

El objetivo de esta investigación es identificar las representaciones sociales de los estudiantes de comunicación acerca de que piensan del uso de las *fake news* como recurso en los periódicos satíricos, tomando como caso de estudio la página *El Deforma*. Este estudio pretende contestar las siguientes tres preguntas de investigación; a) ¿Qué percepción tienen los estudiantes de comunicación respecto al rol que

juega el diario virtual El Deforma, en la construcción de la realidad de la sociedad?, b) ¿Qué tanto los usuarios creen lo que se publica en El deforma? y C) ¿Cómo incide en la construcción de la realidad social?

En una mira sociológica, la realidad social es la interacción de los individuos en la sociedad, ésta puede ser alterada con que solo un gran número de personas crea una cosa o piense de cierta forma sobre alguna situación o contexto en específico, de la índole que sea. Muñoz (2012) describe a la realidad social como:

Conjunto de actuaciones multiformes de muchas personas que se comportan de determinadas maneras y que actúan las unas con las otras y para las otras, al margen unas de otras, y unas contra las otras. La sociedad es por tanto, un juego de fuerzas en constante actividad debido al influjo de factores endógenos y exógenos a ella misma. (Muñoz, 2012, p.35)

De acuerdo al texto anterior la realidad está formada por el colectivo de una sociedad, que se encuentra con la convivencia constante pero también conformada por un sentido de independencia de unos con otros sujetos a partir de las percepciones sensoriales. De este modo, la realidad es como la mayoría crea que es, solo unos cuantos individuos puede llegar a tener la habilidad de transformar el contexto, pero la información generada sea verdadera o falsa siempre contribuirá a la conformación o alteración de la mentalidad colectiva. Por lo que las *fake news* pasan a alterar la realidad de una sociedad.

MÉTODO

El siguiente estudio demuestra hallazgos derivados mediante la realización de encuestas y entrevistas semi-estructuradas, aplicadas durante el ciclo escolar agosto- diciembre de 2019. Este artículo se centra en las percepciones de los jóvenes estudiantes de comunicación ante las *fake news*, en México, pero al ser este un país tan amplio se decidió estudiar una región del sureste, de donde residen los autores de este estudio.

En conveniencia con lo anterior, la naturaleza de esta investigación se desarrolló a través de un enfoque mixto, donde las encuestas sirvieron para identificar el número de personas que conocían el sitio El Deforma. Las entrevistas semi-estructuradas ayudaron a profundizar en todo lo que los encuestados expresan sobre este sitio web satírico. Para entender e interpretar las respuestas de los sujetos este estudio utilizó la perspectiva de las representaciones sociales propuesta por Moscovici, la cual ayudó en las investigaciones de las relaciones entre el individuo y la sociedad. “La representación social «es un fenómeno específico relacionado con una manera particular de comprender y comunicar —una manera que al mismo tiempo crea la realidad y el sentido común” (Moscovici, 2000, p.33).

Una representación siempre es la interpretación de la realidad para alguien, y como menciona Moscovici, esta relación, este lazo con el objeto es parte intrínseca del vínculo social y debe ser interpretada así en ese marco (Abric, 2001, p.5). Es decir, el lazo social y la relación de los habitantes ta-

basqueños deben ser estudiados bajo circunstancias similares, ya que es el marco de estudio.

Los individuos y los grupos despliegan una actividad mental constante para posicionarse en relación con eventos, situaciones, objetos y con procesos comunicacionales que les interesan o les afectan. Esta actividad, sin embargo, no es un proceso individual. Lo social interviene de diferentes maneras; entre otras, mediante el contexto concreto en que actúan personas y grupos; por intermedio de Villaruel (2007) explica que la perspectiva de Moscovici, atraviesa las sociedades contemporáneas, transformando el proceso de construcción de conocimientos comunes. “En cambio, en el mundo contemporáneo son el trabajo y el desarrollo científicos los que inventan y proponen «la mayoría de los objetos, conceptos, analogías y formas lógicas» (Moscovici, 1979 [1961]:13) que utilizamos para comprender y actuar en las distintas esferas de la vida diaria”. (Villaruel, 2007, p. 437)

Continuando con el perfil de los sujetos a investigar, se propuso reclutar a estudiantes por medio de una convocatoria lanzada a la comunidad universitaria de una provincia al sur de México, donde con ayuda de la técnica bola de nieve los participantes fueron recomendando a sus amigos o conocidos, entre hombres y mujeres. También hubo participantes con interés por ser estudiados, pero únicamente se aceptaron a candidatos y candidatas que fueran estudiantes de últimos semestres de la licenciatura en comunicación y que eligieron la especialización en divulgación. La edad no fue un requerimiento estricto para este estudio.

Se aplicaron 35 encuestas que representan el 50% de los integrantes del campo de divulgación, donde 20 fueron mujeres y 15 hombres de la institución universitaria, tomando ese número como dimensión espacial. A pesar de que la muestra es pequeña no busca generalizar sus resultados, sino reflexionar y aportar al campo de la investigación para poder replicar y profundizar más sobre el tema.

DISCUSIÓN

En la actualidad el periodismo ha evolucionado de distintas formas con el objetivo de captar el interés del público. En medio de los fenómenos que parecieran amenazar al periodismo, existen medios que han logrado vencer barreras generacionales, tales como la transición del periodismo tradicional a lo digital.

Dentro del periodismo digital han surgido nuevas alternativas, tales como El Deforma, que ya se ha descrito anteriormente, en el que se utilizan hechos noticiosos del momento para crear contenidos basados en la falsedad y la sátira, con lo cual busca ser un medio de comunicación de entretenimiento y diversión.

Sin embargo, este periódico humorístico ha logrado tener tanta aceptación entre la sociedad mexicana, principalmente en los jóvenes, que a veces ha llegado a ser confundido por ellos como un periódico formal.

Las representaciones sociales de los estudiantes de periodismo, en torno al proceso de construcción de la realidad de las personas, a través de las noticias falsas que crea El Deforma, tienen como núcleo central el reconocimiento de la influencia de las *fake news*

desarrolladas, por esta página, en sus lectores una mirada crítica, ya que son capaces de identificar y diferenciar este tipo de información dentro de una línea humorística.

En la encuesta aplicada a los universitarios se confirmó que el 72% sí conoce el periódico y lo ha leído, en tanto solo el 28% de los estudiantes dijo desconocerlo. (Ver Tabla 1)

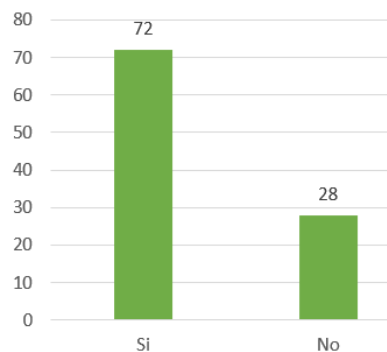


Tabla 1. Porcentaje de estudiantes encuestados que declaró conocer El Deforma.

Del 72 % de los participantes que dice conocer el sitio, más de la mitad reconoció, en cuanto a su perspectiva sobre el contenido de El Deforma, que les gusta el contenido que se maneja en la página ya que es divertido y satírico, aunque reconocen que no es para cualquier tipo de lector, debido a las exigencias del diseño de las noticias. Contrariamente, el resto de los encuestados declaró no les agrada todo lo que se publica en ese periódico en línea

De los estudiantes que conocen el periódico humorístico, el 42% respondió que lo que más lee son las noticias que publican ya que son divertidas; el 20% lo hace porque disfruta de las críticas y el restante 10% dijo gustarles los

chistes. Todos los encuestados que consumen este periódico señalan que son capaces de identificar las noticias en su mayoría sabe que todo lo que publica el Deforma es falso. En la pregunta 2, el 33% dijo acceder diariamente al sitio y el 66% cada semana, otros declararon ingresar al Deforma de manera indefinida.

Los estudiantes disfrutaban del contenido del sitio y de variedad que ofrece, al menos el 60% eso aseveró y el resto dijo lo contrario. Entre los principales elementos que señalan como los que generan esa preferencia destacan la sátira, ya que utilizan el humor para presentar sucesos de la vida real y cotidiana de la sociedad.

Puesto que las noticias presentadas en esa página son “deformadas” haciendo honor a su nombre, los estudiantes consumidores declararon que la información de este periódico la consumen porque les permite enterarse sobre los acontecimientos más importantes pero obteniendo un punto crítico de la realidad. (Ver Tabla 2)

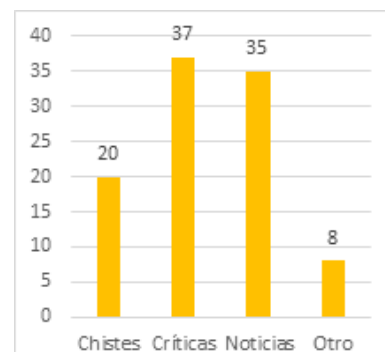


Tabla 2. Contenido de El Deforma preferido por los universitarios encuestados.

En la tabla podemos observar que los estudiantes tienen una preferencia por enterarse de noticias y ver la crítica de la forma en que El Deforma las presenta. Esto se

relaciona con las representaciones sociales de los estudiantes de periodismo, ya que demuestran un gusto por enterarse de hechos noticiosos de una manera irónica y en forma de broma. Este tipo de periodismo contribuye a una mirada subjetiva de la realidad debido al uso del recurso de la ridiculización. Otro elemento periférico (Abric) de las representaciones sociales, de los actores en estudio, es que esta información puede ser aceptada como verídica por algunos internautas, principalmente los no asiduos.

El Deforma, acerca de sus contenidos, deja claro que aunque parezcan ridículas son reales o tienen base de la realidad. Cabe señalar que la mayoría de los actores sociales accede al sitio periodístico por medio de la red social Facebook, sitio que al ser tan popular muchas empresas y organizaciones crean sus perfiles y páginas en esta plataforma para estar más en contacto con sus simpatizantes; El Deforma no es la excepción, mucho de su contenido lo difunden en Facebook y es por eso que la mayoría de sus lectores acceden fácilmente a él. En la entrevista efectuada a cinco informantes con profesión de periodista, al abordar el humor satírico a través de las noticias falsas señala que las *fake news* es un fenómeno que surgió con la llegada de las tecnologías. Cuatro de los informantes coinciden en que la existencia de este tipo de periodismo a los estudiantes que se están preparando para ser periodistas les permite expresar su manera de ver la realidad a través de la información que coincide con su forma de pensar. En el siguiente párrafo podemos ver un ejemplo de esto:

[Dentro de las noticias falsas hay una expresión de la realidad que el propio estudiante no lo puede decir abiertamente entonces recurre este tipo de accesorios tecnológicos que le permiten poder hacer todo este bagaje de una realidad que no existe, pero para manifestar realmente un punto de vista que abiertamente como estudiantes no lo pueden hacer]. (Informante 1, 2019)

De acuerdo a la información recolectada por las encuestas, se demuestra que los estudiantes de periodismo que están en el área de divulgación están preparados para distinguir entre la información verdadera de la falsa. También los informantes creen que es una manera de expresión de los estudiantes, reconociendo que los estudiantes son conscientes del contenido de El Deforma.

El núcleo central de sus representaciones sociales reside en la identificación y reconocimiento de *fake news* en el ejercicio periodístico del humor y la sátira. También se asumen como sujetos informados y conscientes de la sociedad y visualizan a este periódico satírico como una manifestación de las características de esta sociedad actual.

Dentro de los elementos periféricos de las representaciones sociales cabe señalar que ellos reconocen que este tipo de periodismo realiza una serie de prácticas de negativas que perjudican la labor periodística de informar. Consideran que El Deforma puede tergiversar la percepción del periodismo contemporáneo en cuanto a la credibilidad.

Sin embargo, esto no significa que El Deforma sea una página muy visitada a pesar de su material nada confiable, coinciden los es-

tudiantes de periodismo, lo cual se afirma con la aseveración del informante 2 y con lo mencionado por Abric (2001) donde el morbo es el principal motor para la circulación de *fake news*, dándole un significado en la realidad social donde son utilizadas como un reflejo del contexto social y una herramienta para la percepción de la realidad.

En cuanto a la posibilidad de identificación de las *fake news*, los actores sociales encuestados señalan que si son posibles y saben distinguir entre las noticias reales de las que no son. Sin embargo, el 5% reconoció que tiende a caer en éstas, dándose cuenta de lo que son hasta que verifican la fuente.

Además, que los estudiantes de la licenciatura en Comunicación no conocen otros sitios similares a El Deforma, así que asumen que todo lo que tenga el logotipo de la página es falso.

Conclusión

Durante el trabajo realizado con el análisis de las respuestas de los alumnos, podemos concluir que el sitio El Deforma, puede ser utilizado, aparte de una página de sátira mediática, también como el medio en el cual muchos jóvenes pueden encontrar una forma de comprender la situación social por la que el país pasa, donde a través de compartir situaciones exageradas de la realidad logran manifestar una postura política, religiosa, educativa, artística o de cualquier índole que sea relevante.

Cada cosa en este mundo tiene más de un uso, las *fake news* no son la excepción. Se sabe su origen remoto y como son utilizados para crear incertidumbre y en ocasiones caos, y ahora como

un método para reflejar una realidad donde muchos ven a las *fake news* como un método de protesta y más si se les añade un toque humorístico como lo hace El Deforma.

Internet con sus múltiples plataformas ha servido como una herramienta útil para quienes trabajan en el complicado mundo del periodismo, se transformó en la extensión para la divulgación de noticias e información pero así como los barcos de comercio llevan en su carga valiosos productos para exportación, también entre esa carga también se ocultan ratas polizonas que dañan el producto exportado; estas “ratas” en la navegación de internet han hecho que la información que se encuentra esta sea poco confiable y exagerada. Y más si estas “noticias” son sustentadas por fuentes “confiables” reconocidas que son pasadas como información real.

Arbaje (2014) explica que la teoría de los dos pasos plantea que las ideas fluyen de los medios de comunicación y llegan a ciertas personas más preparadas, como los líderes de opinión, que son influyentes en sus diversos grupos, y se encargan de transmitir el mensaje a esa población más amplia. Además, añaden que la persuasión es la clave que utilizan dichos dirigentes para influir en las decisiones de las personas.

La influencia es el factor clave, mientras más fama e influencia tenga el periodista o vecero, todo lo que él diga será pasado por verdad, y esto aunado también si este tiene una carrera y experiencia que lo avale como un experto y una autoridad en la profesión.

Pero ante esta problemática los estudiantes de la licenciatura en comunicación han demostrado

estar más que preparados para enfrentar las *fake news* y, sitios como el deforma usan estas últimas como una especie de espejo donde se refleja la realidad desde una perspectiva humorística irreverente que sirve incluso como denuncia de muchos males en la sociedad y situaciones que al conglomerado le parece vergonzosa e indignante. Así es la realidad social.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. (2018). *El Holocausto y las fake news*. Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/holocausto-las-fake-news/>
- Arbaje, C. (2014). Teoría de los dos pasos. Recuperado de <https://teoriascomunicacionsocial.wordpress.com/2015/04/12/teoria-de-los-dos-pasos/>
- Cabrera y Vaillant (S/F). Noticias falsas en las redes sociales e internet. Recuperado de <file:///E:/NOTICIAS-FALSAS-EN-LAS-REDES-SOCIALES-PARA-ENTREGAR-1.pdf>.
- El deforma sobre nosotros (2018). Recuperado de <http://eldeforma.com/sobre-nosotros/>
- Erlanger, S. (2017). Los políticos adoptan la excusa de ‘noticias falsas’ de Trump. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/12/14/excusa-noticias-falsas-trump-china-philipinas-putin/>
- Facchin, J. (2018). ¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona la mayor plataforma social del mundo?. Recuperado de <https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Garcia, V. (2019). 4to. Informe de Actividades 2018-2019. DAEA. UJAT
- IEMED (2018). ¿Qué es el Facebook?, su concepto y cómo funciona. Recuperado de <https://iiemd.com/>

<articulo/facebook/que-es-como-funciona-facebook-entrar-2>

- Milbank, D. (2018). Trump y su mantra de las fake news son un arma contra EU. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/internacionales/Trump-y-su-mantra-de-las-fake-news-son-un-arma-contra-EU-20180421-0015.html>
- Moscovici, S. (1979 [1961]). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul S.A., Buenos Aires. (1988). Notes toward a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18:211-250.
- Muñoz, J. (2012). La realidad social. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/jlmc5.html>
- Olivar G., A., & Daza, A. (2007). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y su impacto en la educación del siglo XXI. *Negotium*, 3 (7), 21-46.
- Revilla, A. (2019). 7 ejemplos más perturbadores de manipulación mediática. Archivo de video. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Tf6E-qhBrP4>
- Sanchez, M. (2019). *Diario 16*. Facebook se rinde ante las fake news. Recuperado de <https://diario16.com/facebook-se-rinde-ante-las-fake-news/>
- Villarroel, G. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, pp. 434-454 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela
- Watts (Director) McKenna y Sommers (Productores). (2019) *Spiderman: Far from home* [Film] Estados Unidos: Marvel studios y Sony Pictures Entertainment.
- (13 de abril de 2018) Estas son las páginas con más 'fake news'. El financiero. Recuperado de <https://www.el-financiero.com.mx/elecciones-2018/estas-son-las-paginas-con-mas-noticias-falsas>.