



María Virgina Bon Pereira

Universidad Monterrey

@maria.bon@udem.edu

ORCID: 0000-0001-7627-6749

Rixio Gerardo Portillo Ríos

Universidad Monterrey

@rixio.portillo@udem.edu

ORCID: 0000-0003-3385-8663

■ Recibido / Received
01 de junio de 2025

■ Aceptado / Accepted
11 de octubre de 2025

■ Páginas / Pages
De la 173 a la 189

■ ISSN: 1885-365X

Análisis de los niveles del capital digital desde la ética de la comunicación: propuesta de una alfabetización ético-digital

Analysis of the levels of digital capital from the ethics of communication: proposal of an ethical-digital literacy

RESUMEN:

El propósito de este artículo es presentar una revisión teórica de la noción de capital digital en relación con los principios y valores de la ética digital, con la finalidad de contribuir al ámbito de la comunicación. Metodológicamente se realiza un análisis cuantitativo, crítico e interpretativo de fuentes recientes para delimitar el estado del arte y plantear una postura ética aplicada al ámbito de la comunicación digital y de la interacción en redes sociales con base en los conceptos de equidad, respeto y dignidad. Se consideran las tecnologías (TIC) y las inteligencias artificiales como herramientas orientadas al bien, poniendo a la persona humana como fin en sí mismo y como centro del proceso comunicacional, se propone el concepto de «alfabetización ético-digital», que contribuye al reforzamiento de una comunicación ética digital para el bienestar social desde el contexto mexicano.

PALABRAS CLAVE:

capital digital, comunicación, ética, redes sociodigitales, alfabetización ético-digital.

ABSTRACT:

The purpose of this article is to present a theoretical review of the notion of digital capital in relation to the principles and values of digital ethics, with the aim of contributing to the field of communication. Methodologically, a quantitative, critical and interpretative analysis of recent sources is carried out in order to define the state of the art and to propose an ethical position applied to the field of digital communication and interaction on social networks based on the concepts of equity, respect, and dignity. Considering technologies (ICT's) and artificial intelligences as tools oriented to good, putting the human person as

an end in itself and as the center of the communicational process, the concept of Ethical Literacy is proposed Digital that contributes to the strengthening of a digital ethical communication for social welfare from the Mexican context.

KEY WORDS:

digital capital, communication, ethics, socio-digital networks, ethical-digital literacy.

1. Introducción

El adjetivo digital es utilizado frecuentemente en la cotidianidad de la actividad humana, sobre todo en los procesos de comunicación, cuando se considera el impacto de la tecnología y la técnica en las diversas formas de relación e interacción social (Wolton, 2010). La comunicación digital como categoría de estudio necesita ser abordada desde una perspectiva compleja y analítica que permita identificar sus implicaciones sociales, éticas y tecnológicas en las relaciones humanas (Christians, 2019; Sánchez & Baez, 2020; Fernández-Pacheco *et al.*, 2022).

Las redes han cambiado la forma en cómo se comunica, se interactúa y se comparte información, con diversos impactos en la vida social e individual de las personas (Giménez, 2023). Actualmente, el 66% de la población mundial utiliza internet y el 62% son usuarios en las redes sociales (*Digital Report*, 2024; Harracá *et al.*, 2023). Estos pasan más de seis horas conectados y dedican casi dos horas y media a interactuar en dichas plataformas diariamente; y en el caso de México, el tiempo de conexión es de 3,14 horas al día (*Digital Report*, 2024). Facebook es la aplicación con el mayor número de cuentas, seguido por YouTube, Instagram, WhatsApp y TikTok (Statista, 2024). Sin embargo, las aplicaciones a las que los usuarios dedican más tiempo son TikTok, YouTube, Facebook, WhatsApp e Instagram (*Global Report*, 2024).

Los usuarios de los medios de comunicación tradicionales, entre los que se encuentra la televisión, están en franco descenso a nivel mundial (*Global Report*, 2024), dando paso a formas diferentes de acceso y utilización de los medios digitales de comunicación que tienden a ser cada vez más interactivos habilitando el ingreso de contenidos a los usuarios (Suárez, 2023).

A partir de este panorama que deriva de las tendencias tecnológicas, se propone una revisión teórica de la noción de capital digital, así como un análisis del concepto, con relación a los principios y valores de la ética digital, en el ámbito de la comunicación digital, desde el contexto mexicano.

2. Comunicación, capital y ética digital

Las actividades y prácticas sociales que una persona pone en juego son el resultado de la interacción entre su *habitus*, es decir, su disposición internalizada, su modo de pensamiento, percepción y sus formas de acción en un campo específico que obedece a estructuras, flujos y normas propias, y donde la persona pone en juego su capital (Bourdieu, 1986). El *habitus* está orientado a la acción y es esta experiencia social la que alimenta al capital y brinda al sujeto diferentes tipos de recursos económicos, sociales, culturales y simbólicos que le permiten avanzar en el campo a través del ejercicio del poder. Esta interacción social que se da en el campo repercute en el ámbito digital haciendo que el sujeto tenga más o menos capital y, por tanto, más o menos poder en el mismo.



El término capital digital (Ragnedda & Ruiu, 2020) es un concepto que permite explicar por qué las personas interactúan de manera diferente con la misma tecnología, comprendiendo que es un recurso que puede utilizarse para generar beneficios. Es acumulable y supone el intercambio y la transformación de elementos materiales tangibles e intangibles, mediante formas simbólicas, ideológicas y discursivas del poder que se produce y se consume en la red (Park, 2017). El capital digital implica un proceso complejo en el ecosistema tecnológico y está relacionado con el capital cultural, social, económico y simbólico que la persona logra obtener (Bourdieu, 1986). Su análisis permite comprender el impacto y las consecuencias de las tecnologías digitales en los procesos de interacción de los individuos en la vida personal y social (Park, 2017). Asimismo, en la acción humana, la producción de capital digital debe tener parámetros éticos que encuadren y regulen la comunicación en las redes digitales.

Fuchs (2023) señala que la ética digital estudia la moralidad en el contexto de la informática y las tecnologías digitales, ya que afecta a la sociedad y a quienes diseñan, producen y trabajan tecnologías y contenidos digitales. Puede ser considerada una ética aplicada, porque todo lo que se realiza en la red tiene implicaciones e impactos concretos en la realidad social. Dichas consecuencias comprenden la necesidad de una formación en el uso responsable de la técnica y la tecnología al servicio de los seres humanos (Calderón, 2024; Christians, 2019; Johnson, 2010; Moor, 1985; Gehlen, 1987), pues no hay tecnología neutra *per se*, los usuarios participan en la generación de contenidos, y los algoritmos pueden condicionar la aparición de estos en el *feed* y el interfaz.

Si bien la tecnología ha permitido grandes avances al ser humano en materia de comunicación y el establecimiento de relaciones, también incide en la forma de pensar el mundo y en la calidad de vida, siendo necesario considerar los aspectos éticos que conllevan la utilización de dichos recursos para garantizar el respeto, la justicia, la transparencia y el bienestar humano.

Smokvina & Kovacic (2021) sugieren que no es suficiente un marco jurídico en el escenario de la comunicación digital, al menos en el campo de la inteligencia artificial, el panorama legislativo está en fase embrionaria (Papyshev & Yarime, 2023), por lo que debería tomarse en consideración la autorregulación como categoría que oriente y guíe, a través de códigos éticos, en el consumo y producción mediáticos.

Gümüş *et al.* (2023) abordan el tema de la ética en la comunicación digital a partir de tres criterios: la seguridad de los datos, la sensibilidad frente al acoso y la percepción de los límites trazados por los mismos usuarios, concluyendo en la necesidad de una alfabetización ética que debe tener como finalidad comprender los términos fundamentales del intercambio en la red, así como ya se hace con el de sustentabilidad, por mencionar un ejemplo (Dianati & Banfield, 2020).

Con estos elementos, la ética vinculada a las tecnologías y la inteligencia en el escenario digital se presenta como un desafío permanente (Ferguson *et al.*, 2020), pues se corre el riesgo de creer que la tecnología puede ofrecer todas las respuestas, y con ello, abstraer de responsabilidad al factor humano que está detrás de estas innovaciones (Zuboff, 2021; Yuk Hui, 2020; Rodríguez, 2019; Webb, 2019). En efecto, usuarios, creadores, prosumidores y administradores de las tecnologías y de los grandes volúmenes de datos están involucrados en los impactos y consecuencias sociales, culturales, económicas, éticas y políticas que los rápidos avances tecnológicos tienen en el ecosistema planetario (Read & Smith, 2023; Jantavongso & Fusiripong, 2021). Nuevos usos y nuevas tecnologías afectan la vida en



común (Lynch, 2019), la percepción que el ser humano tiene de sí y de los demás (Maftei, 2023), así como las perspectivas a futuro que tenemos como civilización (Morin, 2020).

Las interacciones digitales que conforman los procesos de comunicación en internet requieren de ciertas disposiciones, habilidades y conocimientos que implican no solo un marco axiológico, sino además cierto capital que los usuarios ponen en juego; en este sentido, una competencia digital no solo comprende lo tecnológico, sino lo cognitivo y lo ético (Park, 2017). Dicha competencia tiene base en la capacidad de interpretar, formular y responder preguntas sobre el mundo, a partir de la utilización ética de los grandes conjuntos de datos, poniendo en práctica las habilidades de selección y análisis de la información que se difunde en historias, mensajes o cualquier otro contenido para difundir en las redes.

3. Metodología

El estudio tiene como objetivo general analizar la relación conceptual entre los niveles del capital digital y los principios de la ética digital, a partir de una revisión documental y de la literatura científica en el campo de la comunicación, con la finalidad de fundamentar teóricamente una propuesta de alfabetización ético-digital. Del cual se desprenden los objetivos específicos: a) comprender la noción de capital digital y sus tres niveles (acceso, uso y comprensión) desde la perspectiva de la interacción en la comunicación digital; b) sintetizar los hallazgos del estado del arte respecto a la relación entre capital digital y los desafíos de la ética digital en el ámbito de la comunicación; y c) desarrollar un marco teórico axiológico basado en los principios de equidad, respeto y dignidad, para la construcción de una propuesta de alfabetización ético-digital aplicable a los retos de la comunicación en el contexto de México.

La presente es una investigación analítica con enfoque mixto (Hurtado, 2014), que aborda las categorías de capital y ética digitales, interpretadas desde la comunicación, para establecer la pertinencia de los conceptos respecto al ámbito de las plataformas digitales. Las preguntas que orientan esta investigación son las siguientes: 1) ¿Cómo se comprende el término de capital digital desde la comunicación? 2) ¿Qué implicaciones se identifican en la literatura consultada sobre los niveles de capital digital desde la perspectiva de la comunicación digital? 3) ¿Bajo qué parámetros podría proponerse una ética digital aplicada a la comunicación digital?

El diseño de investigación es documental y con enfoque cuantitativo, a partir de cuatro criterios para la construcción del estado del arte: a) la literatura publicada sobre las categorías de estudio en los últimos 5 años (2019 al 2024); b) la búsqueda en repositorios científicos digitales, específicamente en Web of Science; c) las aportaciones de organismos internacionales en materia de consejería, regulación y lineamientos globales para los países; y la contextualización en el ámbito mexicano, desde cifra de organismos oficiales.

Para la recolección de los datos se diseñó una matriz de análisis en forma de inventario para cada una de las fuentes descritas, para que el estado del arte pueda estar conformado por documentos rastreables y con aportes significativos en las disciplinas abordadas. La captura de datos se realizó desde el 1 de abril de 2024 al 20 de septiembre de 2024.

Los textos encontrados fueron clasificados en categorías según la disciplina mayormente abordada en su contenido; estas fueron: sociología, comunicación, ética, humanidades, derecho,



política, salud e ingeniería «referido a ciencias computacionales». Así mismo, el estudio incluyó la captura de los idiomas en los que fueron publicados los resultados, el número de referencias bibliográficas y la citación de estos. El tratamiento de los datos fue a través de la estadística descriptiva para el establecimiento de tendencias y porcentajes que determinaron el ser incluido en el estudio. Las palabras clave para el rastreo fueron: «ethics + digital + capital», en inglés.

El estudio vincula el análisis teórico con la propuesta consecuente de la ética, anclándose en un contexto geográfico específico y empíricamente válido. De allí que la discusión de la literatura revisada y de los resultados obtenidos se asocian al ámbito mexicano, que funge como un caso de estudio idóneo para la validación y el desarrollo de las categorías del abordaje. La inclusión de estadísticas oficiales y autorizadas en este permite fundamentar con mayor rigor un mapeo preciso de los niveles de capital digital y de las dinámicas comunicacionales de la población.

Los resultados contextualizados en el ámbito mexicano abordan de manera rigurosa los niveles de capital digital en la población del país y, por ende, dar razones de la urgencia de una intervención ética, a partir de fuentes estadísticas oficiales y autorizadas. Específicamente, se utilizan los datos más recientes provenientes del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), particularmente la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH).

4. Presentación de los resultados



Para el abordaje de las categorías de capital y ética digitales desde la comunicación, se realizó un inventario de fuentes relevantes a partir de los criterios seleccionados en las búsquedas en cuanto a los temas de la producción científica, la profundidad de publicaciones de carácter editorial y las aportaciones de los organismos internacionales.

Los libros encontrados en la búsqueda sobre capital digital son tres: Park (2017), Ragnedda & Ruiu (2020) y Fuchs (2023). En cuanto a los organismos internacionales, en el inventario fueron capturados los aportes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en relación con la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la libertad en el intercambio de información; así como de la UNESCO, que vincula el tema de la comunicación digital con el avance y los desafíos que plantea la inteligencia artificial.

En el caso de las investigaciones, como se evidencia en la tabla 1, fueron encontrados 57 artículos científicos publicados entre 2019-2024, y que forman parte del repositorio de Web of Science. En ellos se abordaron diferentes perspectivas más allá de la comunicación, que van desde la relación con el poder y la ideología, hasta la economía, la cultura del cuidado, la cultura ecológica y sustentabilidad, las redes sociales, la educación y la investigación epistémica en el marco académico. La distribución temática del término capital digital se inclina mayoritariamente a las disciplinas de sociología 24,6%, economía y comercio 19,3%, comunicación 15,8% y salud, también en 15,8%.

En la muestra recolectada se puede destacar el bajo índice de publicaciones realizadas desde el ámbito de la ética en 7%, lo cual abre la oportunidad para el abordaje académico y científico desde esta disciplina.

Tabla 1. Revisión de publicaciones científicas sobre ética y capital digital

Categorías abordadas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sociología	14	24,6
Comercio	11	19,3
Ética	4	7,0
Comunicación	9	15,8
Salud	9	15,8
Ingeniería computacional	1	1,8
Humanidades	4	7,0
Política	3	5,3
Derecho	2	3,5
Total	57	100

El segundo aspecto abordado es el idioma, en el que el inglés domina en la producción científica sobre el tema del capital digital, en el 93% de los datos capturados, esto debido a dos principales razones: es el primer idioma seleccionado para un mejor resultado de citación y porque la búsqueda primaria se hizo en un repositorio en el que se prioriza dicho idioma. Sin embargo, la muestra arroja textos sobre comunicación y capital digital desde la ética en ruso 2%, ucraniano 2% y español 4%.

Por último, el promedio de referencias bibliográficas en la producción científica en el ámbito de la comunicación, el capital y la ética digitales es de 58, lo que permite consolidar el estado del arte, en función de las publicaciones arbitradas; por otra parte, el promedio de citaciones de esos artículos es de 5 citas. De los 57 textos científicos encontrados en la búsqueda, 23 fueron analizados y tomados en cuenta para la construcción documental y analítica de la presente investigación, lo cual representa un 40% de la totalidad de los hallazgos, por menciones directas a la categoría abordada.

Del resultado obtenido en la exploración de producción literaria sobre el tema de estudio, desde diferentes fuentes, se evidencia el aspecto versátil e interdisciplinario del término capital digital, lo que justifica y valida el análisis sobre la ética en los procesos de comunicación mediados por la tecnología en el entorno digital. A continuación, se construye el estado del arte y se presenta el encuadre teórico que permite responder a las preguntas de investigación planteadas.

4.1. CONCEPTO DE CAPITAL DIGITAL Y SUS TRES NIVELES

Por capital se entiende un conjunto de elementos que, al poseerlos, otorga empoderamiento y ventajas competitivas frente a los demás y que, al mismo tiempo, puede ser acumulado y perpetuado por quien lo posee para convertirse en una fuente de poder. Este poder es



entendido como la capacidad de actuar y producir efectos sobre el contexto. La manera de integrar formas de pensar, de hacer y de sentir son la base para la conformación de formas de socialización y prácticas sociales, así como para internalizar un sistema de disposiciones o *habitus* (Bourdieu, 1986), que permiten producir nuevas prácticas y adaptarlas al contexto social. Bourdieu define a la sociedad como una superposición de campos sociales, económicos, culturales, religiosos, etc., y cada campo obedece a una lógica y estructura propias, determinado por la prevalencia de un tipo específico de capital en función del contenido que sus integrantes pongan en juego. En todos los campos, la posición de las personas depende de la cantidad y estructura de su propio capital, en tanto sea una deficiencia o una acumulación de este (Bourdieu, 1986; 2014).

Bajo esta perspectiva crítica no hay un capital predominante, más bien los diferentes tipos de capital producen las diferencias e inequidades entre las personas; por lo cual, se puede asumir que el capital digital (su posesión, acumulación o deficiencia) también produciría diferencias e inequidades. El capital digital es un conjunto de competencias digitales (información, comunicación, seguridad, creación de contenido y solución de problemas) y de tecnología digital que pueden ser acumuladas y transferidas de un tipo de capital a otro. Esta mediación entre capitales puede propiciar u obstaculizar la acumulación y la transferencia del poder que implica tenerlo (Ragnedda & Ruii, 2020; Calderón, 2021; Park, 2017; Fuchs, 2023).

4.1.1. Primer nivel: acceso a las tecnologías

El primer nivel de capital digital tiene que ver con el acceso físico y material a internet y a las tecnologías, mismo que ha ido evolucionando hacia el logro de la cobertura en buena parte del mundo y de México en particular; no obstante, aún se observan dificultades en el acceso y en el mantenimiento de dicho nivel (Van Deursen & Van Dijk, 2019). Esta situación está vinculada a diferencias en el equipo utilizado (*hardware* y *software*), tipo y velocidad de la conectividad, tiempo dedicado a estar en línea, soporte físico y no físico, entre otros aspectos que determinan el acceso y utilización de las comunicaciones digitales.

Cada vez hay más personas que tienen acceso a internet y a las nuevas tecnologías, las cifras citadas lo señalan, sin embargo, según datos globales, aún hay una tercera parte del mundo que no. Dichas diferencias entre países con alto y bajo nivel de conectividad están asociadas con diferencias en las economías y en los niveles de desarrollo, es decir, países desarrollados con economías potentes son los que tienen mayor nivel de acceso a internet y a las tecnologías, a diferencia de los menos desarrollados y con economías menos fuertes (World Bank Group, 2024).

En relación con la contextualización del capital digital en México, en el nivel de acceso, según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en su informe del año 2024, se estimó un aumento del 3% en el número de usuarios con acceso a la red en el país. El 81% de los mexicanos acceden a internet, lo que representa 97 millones de usuarios en línea, siendo la conectividad móvil la forma de acceso mayoritaria (Inegi, 2024). La desigualdad digital también está presente, las cifras de acceso entre las poblaciones urbanas y rurales difieren, pues en sectores campesinos el acceso a internet es de 66%, mientras que en las zonas urbanas el acceso fue de 85,5% (Inegi, 2024). El mayor grupo de usuarios de



internet es el de personas que tienen entre 18 y 24 años, con una participación del 96,7%, a diferencia del grupo de personas mayores de 59 años, que tiene una participación del 69,2% en internet (Inegi, 2024). Estos datos podrían indicar la necesidad de un abordaje por edad para lograr el acceso a internet considerando las necesidades específicas de los grupos poblacionales.

4.1.2. Segundo nivel: uso de las tecnologías digitales de la comunicación

A pesar de que aún se necesita continuar avanzando en el primer nivel de capital digital para lograr el acceso constante de más personas a las tecnologías digitales, es necesario en este segundo nivel conocer las prácticas cotidianas, las formas de utilización y las costumbres compartidas en la comunidad (Ortiz-González, 2023), que están vinculadas al uso de los dispositivos electrónicos para la comunicación.

Considerando los datos y análisis que se realizan desde el Banco Mundial (Trotsenburg, 2024), es importante considerar que el acceso físico y material constante a internet y a las tecnologías digitales de la comunicación es prioritario para el buen avance social, cultural y económico de las personas. En los países donde la digitalización es desarrollada, se eleva el nivel económico, el empleo y la resiliencia humana.

México ocupa la séptima posición de entre los países de América y el Caribe (Statista, 2025c) en el uso de plataformas digitales, distribuidas de la siguiente forma: Facebook en 27,8%, WhatsApp en 26,1%, Instagram en 80,4%, TikTok en 20,2% y X en 3,5% (Statista, 2025a).

En cuanto a la comunicación digital, los mexicanos utilizan internet y las plataformas para la interacción directa a través de mensajes instantáneos en 58% para mantenerse en contacto con los demás, 40% para buscar nuevos contenidos y 30,7% para la compra de productos. Sin embargo, las cifras contrastan cuando 18,6% postean contenidos sobre su propia vida y 19,7% para buscar nuevos contactos (Statista, 2025b). El uso de internet y de las tecnologías digitales de comunicación está influenciado por diferencias en género, raza, edad, nivel económico y socioeducativo y entorno de acceso, que incluye el mundo académico y laboral (McKenzie, 2024), entre otros factores que determinan el acceso a las tecnologías, como las habilidades y competencias que cada usuario tiene (Calderón, 2021; Bolin, 2018).

4.1.3. Tercer nivel: comprensión de las tecnologías

El tercer nivel del capital digital está dado por la vinculación entre las experiencias de vida en línea y las experiencias de vida fuera de línea (*online/offline life experiences*). Tomando en cuenta la definición del capital digital como la relación entre las fuentes externas que dan lugar al acceso y las internas que tienen que ver con las habilidades, las capacidades y las competencias (Ragnedda & Ruiu, 2020), es necesario explicitar que debe haber un diálogo entre el primer y el segundo nivel de capital digital que contribuya y complemente el tercer nivel, el cual se relaciona con la desigualdad y la inequidad vinculadas a los resultados de la experiencia en internet o de la experiencia utilizando las comunicaciones digitales (Imran, 2022; Santinele Martino & Kinitz 2022).



En este tercer nivel del capital digital, los beneficios de las prácticas que son el resultado de la vida *offline* de la persona impactan en el uso de las tecnologías digitales y viceversa. En este nivel, es necesario realizar un análisis sobre la comprensión del uso de las tecnologías, con base en las mediaciones, los imaginarios, los consensos y el establecimiento compartido socialmente, de los impactos, alcances y limitaciones de la comunicación digital (Merisalo, 2016; Ragnedda, 2018, 2020). Aquí desaparece la dicotomía entre lo que sucede en línea y lo que sucede fuera de línea, ya que la persona puede obtener beneficios en ambos sentidos combinado los resultados de la puesta en práctica, de la acumulación y transferencia multidireccional no solo de los diferentes capitales, sino también de los beneficios en línea/fuera de línea.

En el caso mexicano, la Encuesta Nacional de Cultura Cívica (Inegi, 2021), indica que el 56% de la población está interesada en los asuntos públicos del país; sin embargo, el 45% se informa a través de las redes sociales, el 22% en internet por medio de páginas, revistas y periódicos. Los temas que generan mayor preocupación son la corrupción 55%, la pobreza 53% y la inseguridad 50%. En cuanto a la percepción de lo que describe mejor a un ciudadano, el tener responsabilidades, con un 37%, se colocó por encima del tener derechos, con un 29%. Aspecto que contribuye a identificar un imaginario sobre lo que se considera ser ciudadano, por encima de votar 10%, de tener educación política 9%, pertenecer a un país 7% o cumplir 18 años 4%.

En cuanto a la confianza que la población tiene en las organizaciones o grupos sociales, los que aparecen mejor puntuados son las universidades públicas 26%, los sacerdotes 16% y los medios de comunicación 11%. Considerando el tema de tolerancia y respeto a las diferencias, el 39% de la población está «muy de acuerdo» en que alguien que piensa diferente aparezca en los medios de comunicación, y el 41% está «algo de acuerdo» con la misma frase (Inegi, 2021).

Por lo que se refiere al ejercicio del derecho a la libertad, es un 67% frecuente que ocurra la libertad de culto religioso, un 59% frecuente que ocurra la libertad de voto y un 31% frecuente que ocurra la libertad de expresión. En materia de libertad de expresión, el 26% es poco frecuente y la opción de nada frecuente tiene 7%. El ejercicio de la libertad de expresión es peor percibida por las mujeres que por los hombres (Inegi, 2021).

En cuanto al respeto por la legalidad, el 44% de la población percibe que se respetan «poco» o «nada» 17% las leyes, mientras que un 33,5% dice que se respetan «algo» las leyes y un 5% que se respetan «mucho». Los gobernantes respetan «poco» las leyes en 44% o «nada» en 22%, frente a 30% que opinan que los gobernantes respetan «algo» las leyes (Inegi, 2021).

Los datos anteriores resultan útiles para considerar estrategias y acciones de alfabetización ético digital que se orienten a una mejor percepción de la población en temas de acceso, uso y comprensión de las tecnologías, así como a un mejor desempeño en la interacción digital entre las personas en temas de libertad de expresión, ciudadanía y legalidad, entre otros.

4.2. ÉTICA DIGITAL PARA LA COMUNICACIÓN

La ética de la comunicación digital es un tipo de ética aplicada que tiene sustento en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Organización de las Naciones Unidas, s.f.),



así como en los principios desarrollados por la UNESCO (2022); de igual modo, la ética en función de las inteligencias artificiales también requiere una vinculación con los derechos humanos y valores tales como: respeto a la dignidad humana, libertad, equidad, justicia, inclusión, seguridad, transparencia y sostenibilidad (Jensen, 2021; Cen *et al.*, 2022).

Moor (1985) es considerado uno de los primeros autores en plantear conceptualmente el estudio de la ética digital para referirse a la necesidad de construir un marco regulatorio que oriente las acciones humanas en los nuevos escenarios tecnológicos y digitales de la interacción. Johnson (2010) plantea que los factores sociales son los que determinan el desarrollo tecnológico como un producto social no neutro, pues las tecnologías son utilizadas y apropiadas en el contexto social y responden a factores sociopolíticos y económicos.

En efecto, la ética digital abarca los fundamentos de la sociedad digital y los principios y prácticas de la moralidad en el contexto de la digitalización (Jensen, 2021; Fuchs, 2023). Esta se ocupa de los principios y prácticas guía del actuar de los seres humanos a la luz de los problemas y desafíos que la digitalización plantea, de las prácticas morales y la interacción en la sociedad digital. Frente a una creciente deshumanización del mundo digital (Johnson, 2010), se debe reivindicar la importancia de los códigos éticos y de conducta en los medios de comunicación, así como la concientización sobre el trato honesto y respetuoso entre ciudadanos digitales.

En el ámbito de la economía y los negocios parece haber una necesidad de desarrollar en los ciudadanos y en las empresas ciertas actitudes como: a) el hábito de contrastar información para evitar caer en la desinformación o en las noticias falsas; b) reflexionar y analizar el impacto de nuestros comportamientos en el mundo digital, mismos que pueden afectar la salud y el bienestar de otras personas; c) desarrollar un pensamiento crítico que permita abordar debates más profundos; d) tener opiniones positivas y constructivas realizadas en un lenguaje respetuoso; e) ser responsables de lo que decimos y de las herramientas que utilizamos; f) estar abiertos a otros puntos de vista, así como a diversidad de opiniones; g) considerar valores como justicia, ecuanimidad, equidad, respeto, transparencia y seguridad en la utilización de las tecnologías (Johnson, 2010; Arévalo-Martínez & Del Prado Flores, 2023; Aydin *et al.*, 2023; Evans *et al.*, 2023; GSMA, 2022).

El Nuevo Pacto Digital es otro ejemplo empresarial que plantea un tipo de digitalización centrado en el ser humano, considerando cinco principios fundamentales como equidad, inclusión, responsabilidad (que implica un comportamiento responsable a partir de una digitalización sostenible), transparencia y rendición de cuentas, incluyendo el uso e intención de utilización de los algoritmos (Redondo, 2024).

Se trata, entonces, de propiciar el uso ético de las herramientas de comunicación digital entendiendo como uso ético aquel que fomente el bienestar para todos, respete los derechos colectivos e individuales de todos y fomente un responsable y sustentable desarrollo social, lo cual nos dirige a la formulación de principios o guías éticas como las que se mencionaron (Johnson, 2010; UNESCO, 2022; GSMA, 2022).

La UNESCO (2022) reconoce diez principios de las tecnologías y la inteligencia artificial que son: 1) el principio de proporcionalidad e inocuidad; 2) el principio de seguridad y protección; 3) el principio de equidad y no discriminación; 4) el principio de sostenibilidad; 5) el principio al derecho a la intimidad y protección de datos, incluyendo la integridad, la autonomía y la dignidad de los seres humanos; 6) el principio de supervisión y toma de decisiones humanas; 7) el principio de transparencia y explicabilidad; 8) el principio de responsabilidad (ética y jurídica) y rendi-



ción de cuentas; 9) el principio de sensibilización y educación, y 10) el principio de gobernanza y colaboración adaptativas, respetando el derecho internacional y las soberanías nacionales.

Con base en los documentos mencionados, se puede definir la ética digital como un tipo de ética aplicada al ámbito de internet, a las TIC y a las redes sociales, centrándose en el análisis de desafíos y dilemas humanos frente al uso de la inteligencia artificial y las interacciones que suceden en el universo digital, y cuyo objetivo principal es el establecimiento de marcos de referencia para la construcción de la ciudadanía digital con base en el bien común entendido como el bien para la mayoría.

Partiendo de los tres niveles del capital digital, abordados en la revisión literaria del estado del arte, y considerando las aportaciones en los ámbitos públicos y privados que pueden generar las organizaciones y grupos sociales, como categorías fundamentales de análisis de la ética digital, en esta investigación se proponen en primer lugar la equidad, el respeto y la dignidad humana, como puede visualizarse a continuación (figura 1).

- **Equidad:** Aristóteles utilizó los términos equitativos e igual como sinónimos (del griego *isos*) para definir la justicia, y planteó que la naturaleza de la equidad es la rectificación de la ley, ya que la ley, es decir, la justicia, se imparte de forma general para todos los casos; por tanto, en ciertos casos la ley debe considerar el error que radica en los términos absolutos empleados. La naturaleza de lo equitativo está en la rectificación de la ley, en su mejoramiento de acuerdo con la situación o el contexto en el cual será aplicada. La equidad es otorgar a cada uno lo que le corresponde, tratar igual a los iguales y diferente a los desiguales proporcionalmente a esa desigualdad (Aristóteles, 2004). Por lo cual, puede considerarse a la justicia como el trato con base en la igualdad y la equidad como el mejoramiento de la justicia considerando los contextos, las situaciones y las personas involucradas en particular.
- **Respeto:** al igual que Aristóteles, Kant entiende el respeto como un sentimiento, y no tanto como una virtud. Solo se puede sentir respeto ante la ley, independientemente de toda inclinación, y, por tanto, el respeto es un fin moral que se logra a través del imperativo categórico y está orientado a las personas como fines en sí mismos. El respeto involucra, además, la responsabilidad de obrar de acuerdo con el imperativo categórico kantiano, y una ética de derechos y deberes de los ciudadanos digitales. El respeto implica considerar la libertad y autonomía de las personas, y dicha autonomía está ligada a la ley universal (Kant, 2012 [1797]).

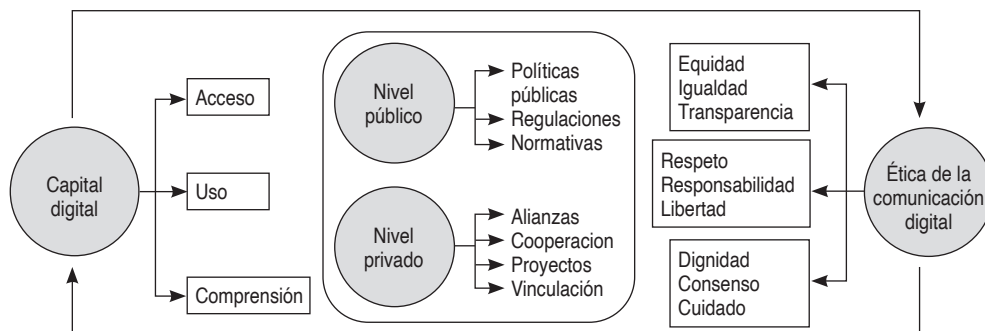


Figura 1. Vinculación entre capital digital y ética de la comunicación digital. *Fuente:* elaboración propia.



- **Dignidad:** toda persona, es decir, todo ser racional, es un fin en sí mismo y, por tanto, tiene un valor incondicionado e incomparable que es la dignidad, por lo cual puede pretender respeto (Kant, 2012 [1797]). Desde el punto de vista de la comunicación y el lenguaje, son necesarios los espacios de entendimiento, cuidado y seguridad vinculados al respeto (Hamelink, 2023) para la construcción del diálogo con la finalidad de llegar a consensos (Habermas, 1987).

Tras la revisión del estado del arte es posible plantear la correspondencia entre las nociones de capital digital y de ética de la comunicación digital tomando a la equidad, el respeto y la dignidad como conceptos esenciales que deben estructurar el paradigma axiológico de las interacciones en el universo *on line*. Cuando desde la noción bourdieusiana de capital se considera el concepto de capital digital (Ragnedda & Ruiu, 2020), es menester relacionar las estructuras sociales y las estructuras mentales que las personas ponen en juego mediante las tecnologías para la interacción social. Es decir, la necesidad de pensar las tecnologías desde el punto de vista ético comunicacional.

El primer nivel del capital digital, que es el acceso a las tecnologías, debe ser considerado desde la equidad, desde la igualdad de oportunidades para todos en ambientes de transparencia de políticas públicas, políticas educativas y socioculturales que propician el encuentro entre lo tecnológico y lo humano. La utilización de las tecnologías (segundo nivel) debe tomar en cuenta el respeto, la responsabilidad y la libertad. El tercer nivel del capital, la comprensión de las tecnologías, debe ser examinado a través de la dignidad, el consenso y el cuidado. De esta forma, cada uno de los tres niveles del capital digital se enmarca en principios éticos que pueden contribuir a guiar y regular las interacciones discursivas que las personas establecen en los ambientes digitales.

La sociedad está determinada por las prácticas sociales de sus integrantes, pero simultáneamente influye en sus integrantes, la construcción de las prácticas sociales es simultáneamente individual y colectiva (Berger y Luckmann, 2008). Las estructuras sociales cumplen funciones políticas, simbólicas, de dominación para la legitimación de un orden impuesto y arbitrario (Bourdieu, 1989/2014). Los sistemas simbólicos a su vez son productos sociales que no solo reflejan las relaciones sociales, sino que contribuyen a constituirse, con ciertos límites éticos, para transformar el mundo transformando su representación (Berger & Luckmann, 2008).

El uso de las tecnologías de comunicación que realizan las personas debe ser abordado desde el respeto, la responsabilidad y, por consiguiente, la libertad que se ejerce en la toma de decisiones sobre cómo interactuar con otros. El uso respetuoso, responsable y libre propicia una comprensión (tercer nivel del capital digital), no solo del lugar que se ocupa en el universo digital, sino también del lugar que ocupan los demás, de las relaciones que se establecen y del impacto dialógico que se genera en las interacciones.

5. Conclusiones

Tras la revisión de la producción literaria y desarrollo del estado del arte, la primera pregunta de investigación planteaba la vinculación entre el concepto de capital digital y el de comunicación; en consecuencia, puede responderse que hay una profunda vinculación entre ambos



términos. El concepto de capital digital permanece vigente al ser la tecnología un factor fundamental y constitutivo de la sociedad contemporánea, permeada por el escenario digital, incluso como factor ontológico del hecho social al comprender las relaciones humanas impactadas por factores tecnológicos y técnicos. Los números de acceso, uso y consumo en el escenario digital demuestran la importancia del abordaje de la realidad digital como categoría de investigación (Calderón, 2021; Dutton & Reisdorf, 2019).

Sin embargo, más allá de lo alentadores que pueden ser los números y los indicadores globales sobre la digitalización del mundo, considerando los tres niveles de capital digital (acceso, uso y comprensión), se debe continuar el desarrollo frente a la persistente brecha digital (Brough *et al.*, 2020). En la actualidad, continuamos hablando de brecha digital para vincularla al impacto que esta tiene en la exclusión social, en el fomento de las desigualdades sociales, económicas, culturales y simbólicas que determinan formas refinadas de exclusión y vulnerabilidad digital.

Con respecto a la segunda pregunta de investigación sobre el abordaje científico del capital digital desde la comunicación digital, es necesario continuar investigando, ya que se observó un área de oportunidad en este sentido. Tener presente que las personas ya no son únicamente usuarias de las comunicaciones digitales, son prosumidoras de diversos contenidos, por lo que la comprensión integral sobre cómo cada sujeto interpreta y utiliza las tecnologías digitales de la comunicación constituyen categorías importantes para las investigaciones futuras. Este aspecto conlleva la exigencia real del abordaje ético de la comunicación digital para una sana convivencia social (Bilchenko, 2022) y, sobre todo, considerar la reflexión analítica sobre los procesos de intercambio desde la equidad en la producción del capital digital, lo cual debe favorecer a todos los miembros de la sociedad red, con implicaciones positivas y sustentables en la realidad social.

Finalmente, considerando la tercera pregunta de investigación sobre cómo conceptualizar una ética digital aplicada a la comunicación digital, en las secciones anteriores se planteó la estructuración de una ética de la comunicación digital desde la equidad, el respeto y la dignidad humana, con la finalidad de lograr una alfabetización ético-digital de las personas.

La alfabetización digital ha sido definida como aquel conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes para resolver problemas con herramientas digitales, para la mejora de los contextos sociodigitales (George & Avello, 2021; George, 2020; Matamala, 2018). Es también un requisito indispensable para garantizar la autonomía, la dignidad humana, así como el desarrollo integral y la inclusión de todas las personas en sociedades democráticas.

Con base en el concepto anterior, se plantea la importancia de una alfabetización ético-digital que procure la educación para el buen acceso, utilización y comprensión de las tecnologías de la comunicación digital, fuertemente atravesada por la ética basada en la equidad, el respeto y la dignidad humana, como guía axiológica que concientice al sujeto del poder que representa la comunicación en internet. En términos bourdieusianos, se plantea que a partir de la alfabetización ético-digital se retoman las experiencias internalizadas y fruto de las interacciones sociales digitales, para contribuir al *habitus* del sujeto y así dotarlo de un mayor capital digital que es puesto en lucha en el campo social *on line*. La alfabetización ético-digital implica una comprensión profunda de sí mismo y de los demás en el ecosistema digital en el cual estamos interconectados e interactuando en línea.

En síntesis, el término capital digital desde la comunicación es comprendido a partir del intercambio de información para la producción de contenidos entre usuarios, lo cual exige una



alfabetización ético-digital, a través de ciertas categorías de la ética aplicada como: equidad, igualdad, transparencia, respeto, responsabilidad, libertad, dignidad, consenso y cuidado con la finalidad de favorecer el desarrollo humano, desde y con la tecnología.

Como posibles líneas de investigación se plantea el desarrollo teórico y en profundidad del concepto de alfabetización ético-digital que considere la puesta en práctica de este y la operacionalización para poder evaluarlo a través de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación científica. Una segunda línea de investigación podría implicar los diferentes ámbitos prácticos, así como los actores implicados en la alfabetización ético-digital, considerando escenarios públicos y privados, con la finalidad de contribuir a las políticas públicas y organizacionales que se puedan implementar para el bienestar social y la regulación ética de las interacciones en línea.

6. Bibliografía

- Arévalo-Martínez, R., & Del Prado Flores, R. (2023). Bienestar y temáticas psicosociales invisibilizadas en las mejores empresas para trabajar de América Latina: una visión desde su comunicación organizacional digital. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 13(26), 81-104. <https://doi.org/10.5783/revrpp.v13i26.839>.
- Aristóteles (2004). *Ética nicomaquea*. Editorial Porrúa.
- Aydin, E., Rahman, M., & Ozeren, E. (2023). Does Industry 5.0 reproduce gender (in)equalities at organisations? Understanding the interaction of human resources and software development teams in supplying human capitals. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-023-10450-1>.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores.
- Bilchenko, Y. V. (2022). The universalist turn of the 21st century: From the philosophy of the Other to the philosophy of the Same. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology, and Political Science*, (65). <https://doi.org/10.17223/1998863X/65/2>.
- Bolin, G. (2018). Generational analysis as a methodological approach to study mediatised social change. En: Taipale S, Wilska T-A, Gilleard C (eds.) *Digital Technologies and Generational Identity: ICT Usage across the Life Course*. Oxon: Routledge, pp. 23-36.
- Bourdieu, P. (2014) [1989]. *La nobleza de Estado. Educación de élite y espíritu de cuerpo*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En: Richardson J (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press, pp. 241-258.
- Brough, M., Literat, I., & Ikin, A. (2020). "Good Social Media?": Underrepresented Youth Perspectives on the Ethical and Equitable Design of Social Media Platforms. *Social Media + Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120928488>.
- Calderón, E. (2024). Ética y tecnología: Reflexiones sobre un uso responsable y transformador en América Latina. *Revista Científica Internacional CUHSO*, 34(1), 356-381. <https://doi.org/10.7770/cuhso-v34n1-art662>.
- Calderón, D. (2021). The third digital divide and Bourdieu: Bidirectional conversion of economic, cultural, and social capital to (and from) digital capital among young people in Madrid. *New Media & Society*, 23(9), 2534-2553. <https://doi.org/10.1177/1461444820933252>.
- Cen, C., Qiu, R., & Tu, Y. (2022). Role of digital economy in rebuilding and sustaining the space governance mechanisms. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 828406. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.828406>.



- Christians, C. (2019). *Media Ethics and Global Justice in the Digital Age*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316585382>.
- Dianati, S., & Banfield, G. (2020). 'Business as usual': Critical management studies and the case of environmental sustainability education. *Journal for Critical Education Policy Studies*, 18(2), 325-357. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1270449>.
- Digital Report (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Meltwater & We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>.
- Dutton, W. H., & Reisdorf, B. C. (2019). Cultural divides and digital inequalities: attitudes shaping Internet and social media divides*. *Information, Communication & Society*, 22(1), 18-38. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1353640>.
- Evans, K. D., Robbins, S. A., & Bryson, J. J. (2023). Do we collaborate with what we design? *Topics in Cognitive Science*, 15(5), 885-899. <https://doi.org/10.1111/tops.12682>.
- Ferguson, R. I., Renaud, K., Wilford, S., & Irons, A. (2020). PRECEPT: A framework for ethical digital forensics investigations. *Journal of Intellectual Capital*, 21(3), 371-387. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2019-0097>.
- Fernández-Pacheco Sáez, J. L., Rasskin-Gutman, I., Marques, E., & Yoshihama, M. (2022). The role of (Digital) PhotoVoice in Community Development and the construction of collective identity: promoting critical and participative citizens through education. *Research in Education and Learning Innovation Archives*, (28), 77-92. <https://doi.org/10.7203/realia.28.21795>.
- Fuchs, C. (2023). *Digital Ethics, media, communication and society*, Routledge.
- Gehlen, A. (1987). *El hombre: su naturaleza y su lugar en el mundo*. Ediciones Sígueme.
- George Reyes, C. E. (2020). Alfabetización y alfabetización digital. *Transdigital*, 1(1). <https://doi.org/10.56162/transdigital15>.
- George Reyes, C. E., & Avello-Martínez, R. (2021). Alfabetización digital en la educación. Revisión sistemática de la producción científica en Scopus. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 21(66). <https://doi.org/10.6018/red.444751>.
- Giménez, S. (2023). *Redes Sociales y tendencias 2023*. OBS Business School. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informe%20OBS%20Tendencias%20Redes%20Sociales%202023.pdf>.
- GSMA (2022). The AI Ethics playbook. Implementing ethical principles into everyday business. https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/external-affairs/wp-content/uploads/2022/01/The-Mobile-Industry-Ethics-Playbook_Feb-2022.pdf.
- Gümüş, M. M., Çakır, R. & Korkmaz, Ö. Investigation of pre-service teachers' sensitivity to cyberbullying, perceptions of digital ethics and awareness of digital data security. *Educ Inf Technol* 28, 14399-14421 (2023). <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11785-7>.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*, Taurus.
- Hamelink, C. (2023). *Communication and Human Rights. Towards Communicative Justice*. Polity Press.
- Harracá, M., Castelló, I., & Gawer, A. (2023). How Digital Platforms Organize Immaturity: A Sociosymbolic Framework of Platform Power. *Business Ethics Quarterly*, 33(3), 440-472. doi: 10.1017/beq.2022.40.
- Hurtado, J. (2014). El proyecto de investigación. Ediciones Quirón, Sygal.
- Imran, A. (2022). Why addressing digital inequality should be a priority. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 88(6), e12255. <https://doi.org/10.1002/isd2.12255>.
- Inegi (2021). Encuesta nacional de cultura cívica 2020, principales resultados. Junio 2021. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/encuci/2020/doc/ENCUCI_2020_Presentacion_Ejecutiva.pdf.



- Inegi (2024). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2023. 13 de junio de 2023. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf.
- Jantavongso, S., & Fusiripong, P. (2021). Ethics, big social data, data sharing, and attitude among the millennial generation: A case of Thailand. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 87(4), e12179. <https://doi.org/10.1002/isd2.12179>.
- Jensen, K. (2021). *A Theory of Communication and Justice*. Routledge.
- Johnson, D. (2010). *Ética informática y ética e internet*. Edibesa.
- Kant, I. [2012 (1797)]. *La metafísica de las costumbres*. Tecnos.
- Lynch, C. R. (2019). Contesting digital futures: Urban politics, alternative economies, and the movement for technological sovereignty in Barcelona. *Antipode: A Radical Journal of Geography*, 52(3), 660-680. <https://doi.org/10.1111/anti.12522>.
- Maftai, A., & Măirean, C. (2023). Keep talking, I need to check my phone! Online vigilance and phubbing: the role of loneliness and moral disengagement. *Ethics & Behavior*, 34(6), 410-424. <https://doi.org/10.1080/10508422.2023.2230505>.
- Matamala, C. (2018). Desarrollo de alfabetización digital ¿Cuáles son las estrategias de los profesores para enseñar habilidades de información? *Perfiles educativos*, 40(162). <https://doi.org/10.22201/iissue.24486167e.2018.162.58846>.
- McKenzie, M. de J. (2024). Precarious Participants, Online Labour Platforms, and the Academic Mode of Production: Examining Gigified Research Participation. *Critical Sociology*, 50(2), 241-254. <https://doi.org/10.1177/08969205231180384>.
- Moor, J. (1985). What is computer ethics? *Metaphilosophy*, 16(4). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9973.1985.tb00173.x>.
- Morin, E. (2020). *Cambiamos de vía*. Paidós.
- Organización de las Naciones Unidas (s. f.). Declaración Universal de Derechos Humanos. ONU [recuperado el 30/05/2024]. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>.
- Ortiz-González, J. C. (2023). Ensamblar en anonimidad: Sentidos de la acción en colecciones de NFT: Caso CryptoPunks. *Revista Colombiana de Sociología*, 46(2), 105-130. <https://doi.org/10.15446/rcs.v46n2/104976>.
- Papyshev, G., & Yarime, M. (2023). The state's role in governing artificial intelligence: development, control, and promotion through national strategies. *Policy Design and Practice*, 6(1), 79-102. <https://doi.org/10.1080/25741292.2022.2162252>.
- Park, S. (2017). *Digital capital*. Palgrave Macmillan.
- Ragnedda, M., & Ruiu, M. L. (2020). *Digital capital: A bourdieusian perspective on the digital divide*. Emerald Publishing Limited.
- Read, D., & Smith, A. C. (2023). Data as capital and ethical implications in digital sport business models. *Convergence*, 29(5), 1389-1408. <https://doi.org/10.1177/13548565231176384>.
- Redondo, J. L. (2024). *El camino hacia una gobernanza digital global: Un nuevo pacto digital. Te los: Cuadernos de comunicación e innovación*, (125), 10-16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9702947>.
- Rodríguez, P. (2019). *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas*. Editorial Cactus.
- Sánchez, J. S., & Báez, A. B. (2020). *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. McGraw Hill.



- Santinele Martino, A., & Kinitz, D. (2022). "It's just more complicated!": Experiences of adults with intellectual disabilities when navigating digital sexual fields. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 16(2), Article 6. <https://doi.org/10.5817/CP2022-2-6>.
- Smokvina, T. K., & Kovacic, M. P. (2021). Media Ethics and Professionalism in the Digital Communication Environment: Responses of Media Self-regulation and Regulatory Bodies. *JAVNOST-THE PUBLIC*, 28, S43-S61.
- Statista (2025a). Favorite social media platforms among internet users in Mexico as of 3rd quarter 2024. <https://www.statista.com/statistics/1310373/favorite-social-media-mexico/>.
- Statista (2025b). Most popular reasons for internet users in Mexico to use social media as of 3rd quarter 2024. <https://www.statista.com/statistics/1310348/social-media-usage-reasons-mexico/>.
- Statista (2025c). Percentage of population using social media in Latin America and Caribbean as of February 2025, by country. <https://www.statista.com/statistics/454805/latam-social-media-reach-country/>.
- Suárez Montoya, L. (2023). Periodismo automatizado: Del algoritmo a la infoética. En V. Caballero de la Torre (Ed.), *¿Quién dijo que no se puede enseñar filosofía? Apuntes sobre su didáctica* (pp. 219-230). Tirant lo Blanch.
- Trotsenburg, A. (2024). Digital Progress and Trends Report. World Bank Group. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/95fe55e9-f110-4ba8-933f-e65572e05395/content>.
- UNESCO (2022). *Ética de la inteligencia artificial*. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics>.
- Van Deursen, A. J., & van Dijk, J. A. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media & Society*, 21(2), 354-375. <https://doi.org/10.1177/1461444818797082>.
- Webb, A. (2019) *Nueve gigantes. Las máquinas inteligentes y su impacto en el rumbo de la humanidad*. Paidós Empresa.
- Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar*. Editorial Gedisa.
- Yuk Hui (2020). *Fragmentar el futuro. Ensayo sobre tecnodiversidad*. Caja Negra Editora.
- Zuboff, S. (2021). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Paidós.



