

**LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LAS FAKE NEWS PARA LA SOCIEDAD DESDE UNA VISIÓN
MATERIALISTA-DIALÉCTICA**

**THE NEGATIVE EFFECTS OF THE FAKE NEWS FOR THE SOCIETY FROM A MATERIALISTIC-
DIALECTICAL VISION**

Autor: M.Sc. Maikel Simón Ramos. Dirección electrónica mikel.simon.icrt.cu y simon.maikel7gmail.com. Teléfono 55197763. Universidad Agraria de La Habana Fructuoso Rodríguez Pérez. Provincia Mayabeque. Municipio Güines. Cuba.²

Resumen

Se realiza un análisis sobre los perjuicios y daños que provocan las noticias falsas o Fake News. Se realiza un recorrido por aspectos medulares de la ciencia y la técnica y como estos se evidencian en los medios de comunicación y las TIC. Además, se demuestra como las transnacionales de la comunicación en un mundo donde impera la globalización hegemónica manipula la información como parte de la guerra no convencional que lleva a cabo en varios países del orbe.

Palabras clave: Ciencia, técnica, tecnología, Revolución científico técnica, *fake news*, desinformación, sociedad

It is carried out an analysis on the damages and damages that the false news or Fake cause News. He/she is carried out a journey for medullary aspects of the science and the technique and as these they are evidenced in the media and the TIC. Also, it is demonstrated as the transnational of the communication in a world where the globalization hegemonical reigns it manipulates the information like part of the non-conventional war that it carries out in several countries of the orb.

Keywords: science, technique, technology, Revolution scientist technique, fake news, disinformation, society

Introducción

La globalización, como proceso objetivo, gestada por el propio desarrollo del sistema capitalista ha trascendido sus presupuestos económicos y penetrado toda la vida social. Los problemas acumulados durante siglos son hoy de tal magnitud que han adquirido una naturaleza global."El mundo se sigue globalizando, eso no lo impide nadie. El mundo inevitablemente llegará a ser uno solo, una familia humana" (Castro, 1997).

² Licenciado en Educación, Primaria. Máster en Trabajo Sociocultural Universitario. Labora en el contexto universitario como profesor asistente. Ha realizado diversas investigaciones relacionadas con la obra martiana, el medio ambiente y la Orientación Profesional Vocacional Pedagógica y su vínculo con los medios de difusión masiva. Publicaciones en Eventos a nivel Provincial, Nacional e Internacional. Imparte cursos de postgrados a docentes de la educación primaria. Integrante del proyecto territorial de Orientación Profesional Vocacional Pedagógica: "La semilla escondida".

La colonización ético-cultural es difícil de combatir, pues se arraiga en el inconsciente colectivo. Los modelos neoliberales poseen una capacidad de penetrar y moldear el imaginario social, la vida cotidiana, los valores que orientan nuestros comportamientos en la sociedad.

“No estamos contra la globalización, no se puede estar, es una ley de la historia; estamos contra la globalización neoliberal, la que quieren imponer al mundo y que será insostenible, se derrumbará, y hay que ayudar a derrumbarla, y para ayudar hace falta conciencia, porque la conciencia es lo esencial; es con mucha conciencia que se ha llevado a cabo la obra de la Revolución”. (Castro, 1998)

El lenguaje de la globalización se ha convertido en una matriz de pensamiento, desde la cual se consolidan hábitos asentados en la creencia de que quien no entra en la globalización, queda fuera de la historia. Con lo cual la globalización de las comunicaciones, de los transportes, de las tecnologías, queda atrapada dentro de la hegemonía neoliberal.

El filósofo cubano José Ramón Fabelo señala que los problemas globales son aquellos que afectan los intereses de la comunidad mundial, que amenazan al futuro de la humanidad. De su solución depende el futuro desarrollo de la humanidad y exigen para su solución de los esfuerzos mancomunados de todos. (Revista Ciencias Sociales No. 29, 1992)

La globalización sustenta su poder, también, en la escenificación de la amenaza. Una sociedad violenta, competitiva y autoritaria.

El autor plantea como **Objetivo:** Argumentar las principales consecuencias de las Fake News para la sociedad desde una visión materialista-dialéctica.

Desarrollo

La ciencia y la Revolución Científico-técnica

La actividad que denominamos ciencia se desenvuelve en el contexto de la sociedad, de la cultura, e interactúa con sus más diversos componentes. La sociedad es un continuo pluridimensional, donde cada fenómeno, incluso la elaboración de conocimientos, cobra sentido exclusivamente si se relaciona con el todo.

El conocimiento aparece como una función de la existencia humana, como una dimensión de la actividad social desenvuelta por hombres que contraen relaciones objetivamente condicionadas. Sólo dentro del entramado que constituyen esas relaciones es posible comprender y explicar el movimiento histórico de la ciencia.

En la carta fechada el 9 de abril de 1895, dirigida a María Mantilla, Martí expresó: “**Donde yo encuentro poesía mayor es en los libros de ciencia**”. (Martí, 1963)

Sesenta y cinco años más tarde, el Comandante en Jefe Fidel Castro afirmó:

El futuro de nuestra patria tiene que ser necesariamente un futuro de hombres de ciencia, tiene que ser un futuro de hombres de pensamiento, porque precisamente es lo que más estamos sembrando; lo que más estamos sembrando son oportunidades a la inteligencia. (Castro, 1960)

En el Diccionario Filosófico Rosental se define la Ciencia como:

(...) la esfera de la actividad investigadora dirigida a la adquisición de nuevos conocimientos sobre la naturaleza, la sociedad y el pensamiento, que incluye todas las condiciones y elementos necesarios para ello: los científicos con sus conocimientos, capacidades, calificación y experiencia, con la división y cooperación del trabajo científico, las instituciones científicas, equipos de experimentación y laboratorio, métodos de trabajo de investigación científica, aparato conceptual y categorial, sistema de información científica, así como toda la suma de los conocimientos existentes que constituyen la premisa, el medio o el resultado de la producción científica". (Ludin y Rosental, 1961)

Núñez (2007) afirma que:

La Ciencia es la forma específica de la actividad social y global dirigida a la producción y aplicación de los conocimientos acerca de las leyes objetivas de la naturaleza y la sociedad, aún más, la ciencia se nos presenta como institución social, como sistema de organización científica, cuya estructura y desarrollo se encuentran estrechamente relacionados con la economía, la política, los fenómenos culturales, con las necesidades y las posibilidades de la sociedad. (s/p)

La ciencia es, ante todo, producción, difusión y aplicación de conocimientos y ello la distingue, la califica, en el sistema de la actividad humana. Los éxitos de la ciencia, en su alianza con la tecnología son indudables. Nos han proporcionado una gran cantidad para explicar, controlar y transformar el mundo. La ciencia es actividad y es saber.

En su libro **“La ciencia y la tecnología como procesos sociales: lo que la educación científica no debería olvidar”**, su autor Núñez Jover (2007) apunta que:

La importancia de la ciencia y la tecnología aumenta en la medida que el mundo se adentra en llamar: la sociedad del conocimiento. La enorme capacidad cognoscitiva de la humanidad debe ejercer una influencia cada vez mayor en la vida de las sociedades y las personas. (p. 145)

La ciencia y la tecnología son procesos sociales, y su funcionamiento y desarrollo es impensable al margen del contexto social que los envuelve y condiciona.

La comunicación: elementos necesarios para su comprensión

La comunicación atraviesa todo el espectro de la vida de la sociedad y de las personas en particular. El hombre no puede vivir, trabajar, satisfacer sus necesidades materiales y espirituales sin comunicarse con otros hombres.

Históricamente y en el proceso de desarrollo individual, la comunicación es una condición necesaria para la existencia del sujeto y uno de los factores más importantes de su desarrollo social.

La comunicación refleja la necesidad objetiva de socialización de los hombres, de su cooperación mutua y es también condición del desarrollo de la individualidad, originalidad e integridad del individuo. El hombre está inmerso en un contexto cultural dado, del cual no puede aislarse.

La comunicación es un proceso permanente, que integra múltiples modos de comportamiento: palabras, gestos, miradas, mímica, manejo del espacio, es un todo integrado del cual no puede aislarse una parte.

El origen latino del término comunicación (*comunis*, poner en común algo con otro), prueba su existencia desde tiempos lejanos y también refiere una de las formas de entenderlo: como un proceso donde se produce una relación recíproca de compartir, intercambiar, de dialogar con el otro (Vidal, 2003).

Al abordar la estructura y funciones de la comunicación, se destacan el proceso informativo en el que la comunicación cumple la función de intercambio de información; el proceso de interacción, de influencia recíproca, la comunicación cumple en este caso la función de reguladora de la conducta; y el proceso de comprensión mutua, de percepción interpersonal donde intervienen las emociones de los comunicantes y que cumple una función afectiva.

Definir el concepto de comunicación ha sido una tarea a menudo protagonizada por profesionales de las ciencias sociales, por lo que en la literatura científica se registran tantos conceptos como investigaciones referentes a la temática, pero de manera general la mayoría apunta a una transmisión o intercambio de información.

Según Ojalvo (1999) la comunicación es un proceso complejo, de carácter material y espiritual, social e interpersonal que posibilita el intercambio de información, la interacción y la influencia mutua en el comportamiento humano, a partir de la capacidad simbólica del hombre.

Por su parte Zaldívar (2003) plantea que la comunicación es un proceso complejo, de carácter social e interpersonal, en el que se lleva a cabo un intercambio de información, verbal y no verbal, se ejerce una influencia recíproca y se establece un contacto a nivel racional y emocional entre los participantes.

La presente investigación asume la posición de Ibarra (2008), al opinar que: “es un proceso de integración entre las personas en el cual se expresan sus cualidades psicológicas y en el que se

forman y se desarrollan sus ideas, representaciones, entre otras. Este proceso puede transcurrir por vía verbal y no verbal (tonal, postural), elementos que varían su valor en el transcurso de este “(p.152).

El proceso de comunicación tiene lugar en los diferentes ámbitos y niveles que están implícitos en las relaciones humanas, el intrapersonal, el interpersonal, el intergrupar, el intergrupar, el organizacional y el social o de masas; y es en este último nivel en el que se inserta la presente investigación.

Los medios de comunicación masiva

Los medios de comunicación influyen permanentemente en la sociedad, modificando sus modos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública.

Hoy en día, constituyen una herramienta eficaz que permiten mantener a los sujetos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto nacionales como internacionales.

Estos medios se han incorporado rápidamente a la sociedad. Influyen sobre la forma de actuar y de pensar de las personas.

Los medios de comunicación masiva logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Los medios de comunicación masiva, inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades. Se puede apreciar como inciden en la cultura contemporánea.

Calviño (2006) sostuvo que:

la comunicación puede ser (de hecho es) un bien público. La comunicación puede aportar beneficios sustanciales al progreso social, al mejoramiento del ser humano, al desarrollo de habilidades sociales. La comunicación puede ser trinchera de la defensa de la cultura, de la soberanía. (p. 438)

A diferencia de la comunicación interpersonal, la comunicación masiva se caracteriza por ser anónima e impersonal, no está dirigida a un individuo en particular sino a grandes grupos heterogéneos sobre los cuales es capaz de influir de forma simultánea a través de medios técnicos (como la prensa, radio, televisión y cine) que son denominados medios de comunicación masiva. En sus orígenes, los medios de comunicación de masas fueron concebidos exclusivamente como una herramienta de información.

El desarrollo de las sociedades y en especial los avances tecnológicos, ampliaron las funciones de los medios convirtiéndolos en ejes esenciales de la actual globalizada vida en común de la humanidad.

Los medios de comunicación son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores a través de diferentes técnicas y canales. Existen muchas definiciones de comunicación masiva, aunque todas concuerdan en que esta involucra a instituciones que emplean medios tecnológicos para la elaboración de productos comunicativos.

Sherkovin (1982, citado por López, 2003) planteó que la comunicación masiva, es el proceso de difusión de informaciones (conocimientos, valores espirituales, normas morales, etc.) con ayuda de medios técnicos (prensa, radio, TV, entre otros) a un auditorio diseminado y numéricamente grande.

La comunicación masiva es una modalidad de la comunicación pública, que permanece como sistema preponderante en las sociedades industriales y que resume a tecnologías de producción y distribución en masa de los productos comunicativos (Martín, 1986).

Wolf (1987) la define como el proceso de producir información social (conocimientos, valores espirituales, valores morales, etc.) para un público amplio con el concurso de instituciones sociales que utilizan para estos fines, medios técnicos (prensa, radio, TV, etc.) (Wolf, citado por Barroso, 2008)

La relevancia de los medios de comunicación masiva es sencillamente fundamental. González Castro (1991), asegura para que se produzca la comunicación a través de los medios de masas es necesario estimular previamente al sujeto para que reciba la información que se le propone. No debemos olvidar que el mensaje debe resultar significativo para el sujeto o de lo contrario no será de interés para él.

La sociedad humana no habría alcanzado su actual nivel de complejidad y desarrollo si no hubiese contado con las poderosas herramientas mediáticas que tejen y transportan el discurso social, gracias a lo cual el mundo ha pasado de ser una suma de grupos humanos separados por la geografía y la cultura, a una red integrada por las realidades nacionales de cada país, que coinciden y difieren mediante el alcance global de los medios masivos de comunicación.

Los medios de comunicación masiva influyen sobre la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población. Las funciones de ellas son:

- Informar: Recogen y entregan información de manera veraz y oportuna sobre los diversos acontecimientos mundiales y de distintos temas de interés. Esta información busca ser lo más objetiva posible.
- Educar: Transmiten la cultura de las distintas comunidades; su pasado, presente y proyecciones futuras. Los avances tecnológicos han posibilitado la transmisión de programas educativos de manera más atractiva para la comunidad.

- **Entretener:** La sociedad demanda de los medios, el entretenimiento y el esparcimiento. Así estos contribuyen a llenar espacios de tiempo para descansar y divertirse. Esta es una de las funciones más desarrollada por los programas televisivos, aunque también está presente en otros medios de comunicación.
- **Formar opinión:** Los distintos mensajes entregados por los medios de comunicación, contienen la ideología de quienes elaboran la información promoviendo la formación de opinión entre los receptores. Los medios sociales ordenan e interpretan la información facilitando la comprensión de ésta entre los receptores.
- **Publicidad y propaganda:** Esta función es propia de las sociedades modernas, debido a la trascendencia económica que ella tiene, así persiguen la finalidad de ofertar y conseguir consumidores para los distintos productos que se ofrecen.

Los medios de comunicación masiva son un poderoso instrumento de socialización. Llegan a las personas a través de la vista (imágenes), el oído (sonidos, melodías) o de ambos (televisión, películas, videos), en combinaciones muy atractivas y envolventes.

Las nuevas tecnologías se "cosifican", se reducen a ser consideradas como objetos dotados de potencias maravillosas, se miran como respuestas técnicas a problemas técnicos, propuestos por el desarrollo de la sociedad, en que las cosas hablan por sí mismas, más aún esas mismas cosas (la rueda, la imprenta, la máquina de vapor, las máquinas hidráulicas, el robot, la Internet), concretan claramente el discurso sobre el progreso que se autolegitima en la existencia e implicaciones de esos mismos objetos.

La revolución científico-técnica es la base esencial de la nueva sociedad postindustrial, la sociedad de la información. En sociedades capitalistas como las nuestras, la relación naturaleza / sociedad está mediada cada vez más por un inmenso complejo tecnológico productivo.

Gracias a la tercera revolución científico- técnico nos encontramos en la sociedad de la información y/o la sociedad postindustrial, la cual abarca y define los cambios que se están produciendo.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han supuesto una revolución en muchos aspectos sociales. Entre otros, han dado respuesta a la necesidad de crear nuevos canales de comunicación entre las personas, tales como las redes sociales (que permiten a los consumidores obtener información), además también permiten realizar actividades de manera eficaz, como los negocios digitales.

Con la aparición de la aparición de las TIC (teléfono móvil, ordenadores e internet) a mediados de los años noventa del pasado siglo se produjeron una serie de cambios científico-tecnológicos que

desencadenaron una sociedad de la información. Eso permitió e impulsó nuevas formas de conocimiento y propició el desarrollo de habilidades sociales antes inexistentes.

En la actualidad, la amplia difusión de las tecnologías y las comunicaciones han transformado la forma en que se trabaja, se vive y se interactúa.

Dentro de las nuevas tecnologías se le da un especial énfasis a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la vida humana, de donde nace la idea de la sociedad de la información o sociedad postindustrial.

Las grandes transnacionales de la media abarcan no solo el campo de la comunicación o de las telecomunicaciones, sino que superan los límites de la soberanía de los países. La capacidad ofrecida por la tecnología satelital para transmitir a larga distancia, ya sea intencionalmente o en la forma de suscripción, frecuentemente supera los espacios de cualquier territorio nacional.

Las nuevas tecnologías de la informatización y las comunicaciones cambian el sentido de las generaciones de las guerras, porque de lo que se trata es de batallas donde aparentemente no se disparan tiros.

La guerra no convencional

La guerra no convencional ha ido evolucionando con el tiempo. En una obra de inteligencia estratégica, escrita en 1948 por Sherman Kent, profesor de la Universidad de Yale, se definiría que, a partir de entonces las guerras, influidas por Estados Unidos, serían no convencionales. La guerra se hace cada vez más presente en el panorama político internacional. Otros teóricos también se han referido a ese concepto, según Elio Perera Pena, investigador del Centro de Investigaciones de Política Internacional (CIPi): “Estados Unidos conceptualizó este tipo de guerra mediante el diccionario terminológico del Departamento de Defensa, en 1990, conceptualización que siguió desarrollándose hasta la actualidad”.

La guerra no convencional es cuando hay una condición de movimiento de resistencia en un país objetivo y una población completamente desgastada. Ese concepto se comenzó a ubicar para su análisis en documentos rectores estadounidenses, entre ellos la Directiva de Entrenamiento 1801 de las Fuerzas de Operaciones Especiales de Estados Unidos.

Según ese texto, para que se dé la guerra no convencional deben haber, al menos, dos condiciones imprescindibles:

- **Conveniencia:** La guerra se llevará adelante si el movimiento de resistencia va a responder a los intereses de los EE.UU.
- **Factibilidad:** Cuando el movimiento de resistencia sea fuerte de verdad, tenga el poder, y la población esté desgastada, insatisfecha y desviada de su atención.

La guerra híbrida, se refiere a cuando se emplean métodos regulares y no regulares. Los primeros incluyen a las guerras de primera generación (desde la antigüedad, con el uso de uniformes), las de segunda generación (por ejemplo, la aplicada en la Primera Guerra Mundial, donde hay frentes de combates con trincheras) y las de tercera generación, usada en la Segunda Guerra Mundial, donde hay maniobras de flanco, por la retaguardia, armamento ligero y pesado, y un mayor aumento de la capacidad de maniobra de la aviación.

Los segundos incluyen a la guerra de cuarta y quinta generación. En ambas se plantea que se utilizarán el espacio físico, el digital y el ciberespacio. Lo fundamental es el mensaje desestabilizador empleando las nuevas tecnologías de la informatización y las comunicaciones. Se dice que en la cuarta generación de la guerra aumenta la frecuencia de los mensajes desestabilizadores y en la quinta se incrementa la intensidad, provocando un daño neuronal irreversible.

De lo que se trata es de trabajar sobre el subconsciente del individuo, logrando que en el proceso cognitivo se cumpla el objetivo que, desde los tanques pensantes y centros de información, tratan cuando lanzan una guerra: influencia, persuasión y convencimiento en el subconsciente del individuo. Ponen a este individuo en una cápsula de cristal, de manera que está en un espacio físico pero su mente está en otro lugar.

El investigador acotó que aprovechan situaciones reales en un país determinado, para lanzar ese tipo de ataques. La doctrina del denominado golpe blando fue concebida por neoconservadores estadounidenses y expuesta por primera vez en julio de 1982 por el presidente Ronald Reagan, ante el parlamento europeo, mediante el llamado programa democracia.

En 1983 fue creado en Boston la Fundación *Albert Einstein Institution*, con recursos del Fondo Nacional para la Democracia (NED) y dirigida por el ideólogo anticomunista Gene Sharp. La doctrina del golpe blando estuvo presente en los sucesos ocurridos en el campo socialista europeo, en 1989, y en la Unión Soviética, en 1991. Se emplean métodos de desestabilización interna, comenzando por una primera fase con el empleo de acciones de protestas mediante actos simbólicos, asambleas, mítines y marchas, apoyado por un amplio despliegue mediático.

Luego los organizadores de las protestas transitan a otras formas de desobediencia civil y de no cooperación un poco más avanzada. Más tarde recurren a la denominada intervención no violenta, que tiene que ver con la obstrucción de calles, ocupación “pacíficamente” de oficinas e instituciones oficiales, llegando a faltarle el respeto a las autoridades del país.

Las imágenes fílmicas donde se observa la represión provocan visiones contradictorias en sectores de la población, lo que da lugar a grandes campañas mediáticas contra la violencia y la supuesta violación de los derechos humanos.

Esos medios de comunicación internacionales transforman las imágenes y les colocan audios que van confundiendo al espectador. Y esa situación, repetida muchas veces, proyecta una imagen de caos con el propósito de poner en dudas hasta la gobernabilidad de un país. El llamado Estado fallido.

El 28 de enero de 2009, la Usaid elaboró un documento titulado Apoyo a la sociedad civil cubana, otro título “agradable” para el oído. “Este documento constituye una prueba irrefutable de la naturaleza sediciosa e injerencista de los proyectos diseñados contra Cuba”.

La operación ZunZuneo, que funcionó desde 2009 hasta el 2011, enmascarada en una red social de mensajería. Detrás de todo esto está el accionar de los oficiales de la inteligencia norteamericana.

Monopolios Tecnológicos y Redes Sociales

Un cambio importante está ocurriendo en el espacio público digital y especialmente en el ámbito mediático. Un giro que tiene implicaciones culturales, económicas y políticas.

Las compañías tecnológicas han ido creando en los últimos años caminos diversos y más ambiciosos para la distribución de contenidos. Primero apostaron a la ruta de los buscadores y correos electrónicos; después se involucraron en el modelo financiero con la creación de redes de publicidad (las ad networks) y las tiendas de aplicaciones (*app stores*), para llegar ahora a desarrollar servicios noticiosos que mantengan cautivas a sus audiencias (*Facebook Instant Articles*, *Apple News* y *Googles´s AMP*).

El crecimiento exponencial de la tecnología móvil y las facilidades que brinda para la conexión online, ha permitido multiplicar la cantidad de tiempo que se dedica a navegar y, fundamentalmente, a utilizar aplicaciones de redes sociales y mensajería. La competencia de estos grandes conglomerados tecnológicos por dominar ese espacio es enorme. El objetivo está en buscar atrapar a los usuarios y hacerlos permanecer dentro de la aplicación.

Cuanto más usuarios tengan, más sabrán sobre ellos, más información podrán usar para publicidad y mayores serán los beneficios. A la vez, han desplegado un voraz proceso de adquisiciones de otros servicios, plataformas y medios sociales, que les ha permitido ampliar su espacio de influencia y eliminar posibles competidores. Google, por ejemplo, se hizo de *Youtube*, *AdMob* y *DoubleClick*; *Facebook* compró *Instagram* y *WhatsApp*; *Amazon* adquirió *Audible*, *Twitch*, *Zappos* y *Alexa*, entre otros.

En poco tiempo, *Facebook* se ha erigido prácticamente en un estado virtual con sus propias leyes y fronteras corredizas. Más de 1 900 millones de usuarios activos mensuales tiene su red social estrella; equivalente a una cuarta parte de la población mundial.

El acortamiento de las distancias físicas, la instantaneidad de la difusión de la noticia en las redes sociales, la multiplicación de flujos informativos que ha propiciado la imparable revolución de las

tecnologías de la información y la comunicación, han tenido efectos desarrolladores en el ejercicio del periodismo y los medios de comunicación.

Hoy es impensable hacer periodismo sin tomar en cuenta el torrente informativo de las redes sociales; como no se concibe un medio de comunicación moderno que no extienda su actividad e influencia hasta el mundo web y, especialmente, las redes sociales.

Sin embargo, el crecimiento acelerado de los gigantes tecnológicos estadounidenses y su monopolización del ámbito digital; la emergencia de las redes sociales como fuentes preponderantes de información y los efectos de la crisis económica que estalló en 2008, se han conjugado para impactar negativamente en la industria de los medios de comunicación y en zonas vitales del periodismo.

Apoyado en el poder de las transnacionales de la información y de las comunicaciones, el capitalismo adopta disfraces cada vez más artificiales de penetración en la psicología humana. Los monopolios infocomunicativos se han percatado del valor de los factores subjetivos y han encontrado en las redes digitales el instrumento perfecto para influir sobre los mismos, difundiendo el sistema de valores de la oligarquía financiera transnacional.

Fidel planteó en reiteradas ocasiones Fidel que las agendas temáticas de los medios de comunicación mundial reproducen constantemente los mensajes y patrones neoliberales. El televidente ve por las pantallas solo lo que las grandes transnacionales quieren que vean. Camuflajeada tras, falsedades y manipulaciones, presentan la “ayuda humanitaria”, a través de la cual se invaden países cuyos gobiernos legítimos no se plegaron a la voluntad del imperio y de sus aliados.

El modelo capitalista pretende hacer común un modelo cultural homogéneo y estandarizado, cuyo ideal de sociedad es la estadounidense, donde se compra y se vende, y donde los lujos se convierten en necesidades.

A través de ídolos, imágenes y estereotipos como si fuésemos robots, se nos comanda qué ropaje vestir, qué películas ver, qué imágenes de nosotros mismos debemos proyectar, todo ello en el contexto del más absoluto irrespeto a la multinacionalidad y al pluralismo racial de nuestros pueblos, que destruye las tradiciones, las costumbres y las culturas de otros pueblos, considerados por ellos como simples manifestaciones folclóricas.

Las *Fake News* en el mundo de la desinformación

En un contexto de hiperconectividad, donde quien posee un smartphone es un potencial emisor de información, surge un fenómeno que ha cobrado relevancia en los últimos tiempos: las *Fake News*.

En un mundo saturado de información, la desinformación representa un desafío significativo y un riesgo global. Por dicho motivo, comprender sus dimensiones e impacto, y saber cómo prevenirla, es indispensable para preservar la verdad, la integridad y la seguridad.

En este sentido, adoptar prácticas informadas y responsables es determinante para construir una sociedad más blindada ante la manipulación. Y también de cara a fortalecer los cimientos de una comunicación veraz.

Según la encuesta de percepción de riesgos globales de 2024, publicada por el Foro Económico Mundial, la desinformación y la mala información representan uno de los principales riesgos a nivel global. Y el más grave de todos para los dos próximos años.

“Con el auge exponencial de las redes sociales, y en los últimos tiempos el aporte de la Inteligencia Artificial, la desinformación se ha vuelto muy difícil de identificar”. En este contexto, “es cada vez más difícil distinguir lo cierto de lo falso, lo verdadero de lo dudoso, la realidad de la ficción” (Ramonet, 2021).

En este sentido, la organización independiente internacional advierte sobre un asunto preocupante: la creciente influencia de la información falsa en la opinión pública y su capacidad para socavar la confianza en los hechos y las autoridades. En el caso del continente americano, Estados Unidos y México, sexto y undécimo, respectivamente, son algunos de los países con mayor riesgo de verse afectados por las consecuencias de la desinformación.

¿Qué es la desinformación?

Pero, ¿qué es la desinformación exactamente? Al respecto, el Diccionario de la Real Academia Española define el término como:

- Acción y efecto de desinformar.
- Falta de información, ignorancia.

Por su parte, los expertos consultados por *Segurilatam* brindan una definición más amplia sobre dicho riesgo:

- La desinformación se refiere a la difusión deliberada de información falsa con el propósito de manipular, influir en la opinión pública o lograr ventajas estratégicas.
- Y dicha práctica puede adoptar distintas formas: desde noticias falsas (fake news) y teorías de la conspiración hasta manipulación de imágenes (*deepfakes*) y descontextualización de hechos.

En cuanto a la Organización de las Naciones Unidas (ONU), señala que «no existe una definición universalmente aceptada de desinformación». Y añade que «ninguna definición puede ser suficiente por sí sola dados los múltiples y diferentes contextos en los que puede surgir la preocupación por

ella, incluso en relación con cuestiones tan diversas como los procesos electorales, la salud pública, los conflictos armados o el cambio climático”.

La difusión de noticias falsas ('Fake News') es una de las formas de propagar la desinformación. ¿Cómo se difunde la desinformación?

En lo referente a cómo se difunde la desinformación, la ONU observa que puede ser propagada por Estados o agentes no estatales. Y afecta a un amplio abanico de derechos humanos, socavando las respuestas a las políticas públicas o amplificando las tensiones en tiempos de emergencia o conflicto armado. Respecto a su forma de difusión:

- Se propaga de diversas formas; de manera especial, a través de las plataformas digitales y las redes sociales.
- Bots automatizados, perfiles falsos y algoritmos diseñados para amplificar contenido falso contribuyen a la rápida difusión de información con fines maliciosos.
- Igualmente, la falta de verificación y la viralidad en línea amplifican su impacto.

Entre otros canales, la desinformación se difunde a través de las redes sociales. ¿Qué consecuencias tiene para los ciudadanos? Como ya se ha comentado, la propagación de información falsa puede tener consecuencias sociales, políticas y económicas devastadoras. Entre ellas:

- Influir en decisiones electorales.
- Provocar pánico en situaciones de crisis.
- Dañar la confianza pública.
- Dividir comunidades.
- Socavar la democracia.

Y no sólo eso: la manipulación de la información es capaz de contribuir a la polarización y radicalización de la sociedad. Del mismo modo, la desinformación representa una gran amenaza para la seguridad. Ello es así porque es utilizada como una herramienta estratégica para desestabilizar naciones, debilitar instituciones y fomentar la discordia entre países.

Los actores maliciosos se sirven de ella para crear situaciones de caos, afectar a la toma de decisiones políticas y, en última instancia, amenazar a la seguridad nacional e internacional.

La desinformación es una amenaza para la toma de decisiones y la seguridad nacional e internacional. Por todo lo expuesto, es esencial evitar ser víctimas de la desinformación y no contribuir a propagarla:

1. Consultar varias fuentes. Al conocer una información se deben consultar fuentes de confianza para tener una idea más completa y precisa. La verificación de hechos es un asunto crucial.

2. Desarrollar pensamiento crítico. Lo anterior también será de gran ayuda para analizar una información de manera más objetiva y determinar si lo publicado es verdadero o falso.
3. Usar el sentido común. Además, consultar varias fuentes es primordial antes de compartir una información. Si no fuese auténtica, se desinformaría a otras personas.
4. Comprobar la fecha de publicación. Hay que asegurarse de que la información recibida es relevante en el momento en que se está consultando.
5. Identificar patrones comunes. Los titulares sensacionalistas o inverosímiles suelen utilizarse para desinformar.
6. Comprender el contexto. Contextualizar la información es clave para evitar malentendidos y tergiversaciones.
7. No dejarse arrastrar por la emoción. A menudo, quienes pretenden desinformar buscan generar respuestas emocionales. Por ello, hay que mantener la calma y, como se ha comentado anteriormente, analizar la información recibida de manera objetiva.
8. Reportar la desinformación. Si se identifica información que no es veraz, es aconsejable ponerlo en conocimiento de la plataforma o medio que la haya difundido para contribuir a frenar su difusión.
9. Fomentar el diálogo constructivo. En Internet tienen que promoverse discusiones basadas en hechos y evidencias.
10. Participar en educación digital. Por último, los expertos recomiendan adquirir nociones sobre alfabetización mediática e informacional. Y compartir ese conocimiento con otras personas con el objetivo de construir una sociedad más informada.

Siempre han existido las noticias engañosas, pero a partir de la emergencia de Internet y de nuevas tecnologías de comunicación e información, las *Fake Newshan* proliferado a lo largo y ancho del planeta. Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. Las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado.

Así se genera un circuito vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos. Todo esto sucede en un contexto de posverdad, término definido por el diccionario de Oxford como la palabra del año en 2016 y se refiere a las circunstancias en que los hechos objetivos son menos importantes a la hora de modelar la opinión pública que las apelaciones a la emoción o a las creencias personales.

Un ejemplo clave para explicar esto, es la campaña presidencial de Donald Trump en 2016. Su victoria como nuevo presidente de los Estados Unidos fue posible gracias al tratamiento de manipulación de verdad. Según la web *Politifact* el 70% de las declaraciones electorales de Trump eran bastante falsas, falsas o grandes mentiras.

La Real Academia Española, definió a la posverdad, término que próximamente será incluido en el diccionario, como aquella información o aseveración que apela a las emociones, creencias o deseos del público en lugar de a hechos objetivos.

En Internet, todas las búsquedas que realiza una persona, así como los *likes* que da en distintos sitios se registran. Piensa en Facebook, todos los *likes* que da el sujeto a noticias y publicaciones generan un perfil de su persona. En este perfil se sabe en qué cree, qué le gusta, cuáles son sus ideas y aspiraciones. Facebook vende esta información a empresas que a su vez buscan venderle al individuo algo de acuerdo a esas preferencias.

Fake News en español significa “Noticias Falsas”. Como su nombre lo indica, son noticias que no son ciertas o que han sido sacadas de contexto. Este es un fenómeno que ha existido desde que el ser humano utiliza el lenguaje para comunicarse. Las “Fake News o Noticias falsas” son chismes o mentiras que se difunden en Internet y en las redes sociales, como por ejemplo en el buscador de Google, Facebook o Youtube.

La Organización Mundial de la Salud habla de infodemia para referirse a una sobreabundancia de información que incluye los intentos deliberados por difundir información errónea. En la infodemia no luchamos contra un virus, sino contra la mentira que daña nuestra mente y que también puede afectar nuestra salud al impulsarnos a tomar decisiones equivocadas.

Las Fake News tienen la particularidad de apelar fuertemente al lado emocional de las personas, con lo que evitan el filtro de razonabilidad que se impondría a un contenido en condiciones normales. Al igual que los chismes que todos conocemos, estas noticias falsas son creadas para sacar beneficios propios o para perjudicar a alguien. Casos típicos de Fake News se encuentran en las elecciones presidenciales o plebiscitos que se realizan en países.

Por ejemplo, con la intención de ganar votos antiinmigración, se inventan noticias de que aumentan los delitos cometidos por la población inmigrante. Algo que ha ocurrido muchas veces en las elecciones en Estados Unidos.

Pero las Fake News no sólo tienen un papel importante en desinformar a las personas en estas épocas de elección, sino que están presentes a diario en Internet con el objetivo de hacer dinero.

Para el escritor, periodista, doctor en Semiología e Historia de la Cultura en la *École des Hautes Études en Science Sociales* de París, Ignacio Ramonet: “Las redes sociales están hechas sobre todo

para actuar; te empujan a repetir, a difundir, a compartir el mensaje. Son poco racionales y procuran convicciones que se hacen por impacto, no por un razonamiento lento o progresivo. Lo que domina a las redes es el pensamiento mágico. La verdad es cada vez más emocional y no real". (Ramonet, 2021)

Las Fake News circulan mejor porque son más grandes y sorprenden más. Está demostrado científicamente. Y esto sucede fundamentalmente cuando las sociedades se polarizan.

Las redes sociales repercuten claramente en base a dos elementos fundamentales que no son de tipo racional: la emoción y los sentimientos. No están hechas para informar, sino para emocionar. Están hechas sobre todo para actuar; te empujan a repetir, a difundir, a compartir el mensaje. Son poco racionales y procuran convicciones que se hacen por impacto, no por un razonamiento lento y progresivo. Por eso los memes y la imagen tienen tanta importancia. Y en ese sentido evidentemente las redes se difunden a toda velocidad. La palabra viral lo dice todo: como si fuera un virus.

Principales consecuencias de las Fake News

Tienen un impacto significativo en la opinión pública, la percepción de la realidad y, en última instancia, en la toma de decisiones de las personas. No obstante, hay que prestar atención a las principales consecuencias de las noticias falsas.

- **Desinformación:** las Fake News originan desinformación al promover información falsa. De esta manera puede haber malentendidos y toma de decisiones basadas en información incorrecta.
- **Infección por malware y robo de credenciales:** puede crearse contenido con noticias falsas que engañen a las personas y las inciten a clicar en enlaces maliciosos o descargar archivos que infecten su dispositivo.
- **Riesgos para la salud:** en el ámbito de la salud, las Fake News pueden difundir información falsa sobre enfermedades, tratamientos médicos y vacunas, lo que podría tener consecuencias graves para la salud pública.
- **Daño en reputación online:** pueden causar daño a la reputación de personas, empresas o instituciones al difundir información falsa sobre estas.

Conclusiones

- Constituye un reto para los medios de comunicación y Estado cubanos enfrentar la desinformación y la manipulación que ejercen las grandes transnacionales de la comunicación para salvaguardar los valores de nuestro proyecto histórico-social.
- Las Fake News influyen negativamente en la salud y bienestar de la sociedad.

Bibliografía

- Alejandro, M., y Vidal, JR. (2004). *Comunicación y educación popular*. La Habana, Cuba: Editorial Caminos.
- Castro, F (1960, 15 de enero) Discurso pronunciado por el Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz en el acto celebrado por la Sociedad Espeleológica de Cuba, en la Academia de Ciencias. Sitio "Fidel Soldado de las Ideas".
- Castro, F (1997, 13 de diciembre). Discurso pronunciado en la IV Legislatura de la Asamblea Nacional del Poder Popular. Sitio "Fidel Soldado de las Ideas".
- Castro, F (1998, 20 de junio). Discurso pronunciado por el Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz en la clausura del II Encuentro Mundial de Educación Especial, celebrado en el Teatro "Karl Marx". Sitio "Fidel Soldado de las Ideas".
- Garcés, R. (2005). *Los dueños del aire*. En Portal, R., Amaya, H. *Comunicación y Sociedad Cubana. Selección de Lecturas*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Garcés, R. (2007). *La crisis de los discursos radiofónicos*. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Publicado el 4 de septiembre de 2007, <http://www.ull.es/>
- González, F., et al (1984). *Psicología de la personalidad*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Sociales.
- González, V. (1991). *Profesión: Comunicador*. La Habana, Cuba: Editorial Pueblo y Educación.
- López, L. (2003). *Comunicación Social. Selección de textos*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Ludin, P., y Rosental, M. (1961). *Diccionario de Filosofía y Sociología Marxista*. La Habana, Cuba: Editorial Orbe.
- Márquez, R. (2006). *Cubanología y Revolución*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Sociales.
- Martí, J. (1963). *Obras Completas. Tomo 9*. La Habana, Cuba: Editorial Nacional de Cuba.
- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. GG Mass Media. Bogotá, Colombia.
- Martín, M. (2004). *Génesis de la comunicación*. En: Alejandro, M., y Vidal, JR. *Comunicación y educación popular*. La Habana, Cuba: Editorial Caminos.
- Núñez, J. (2007). *La ciencia y la tecnología como procesos sociales: lo que la educación científica no debería olvidar*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Ojalvo, V. (2009). *Comunicación Educativa*. En Segarte, AL., Martínez, GA., y Rodríguez, ME. *Psicología del Desarrollo Escolar. Selección de lecturas*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Médicas.

- Ramonet, I. (2021). *Las redes sociales, nuevo medio dominante*. <https://www.lemondeddiplomatie.cl>.
- Sherkovin, YA. (2007). Los medios masivos de comunicación y su papel en la vida social. En Casales, JC. *Psicología Social*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela
- Valdés, R. (2002). *Diccionario del pensamiento martiano*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Sociales.
- Vidal, JR. (2003). Un método para diseñar estrategias de comunicación con fines educativos. En López, L. *Comunicación Social. Selección de textos*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Vigotsky, SL. (1987). *Historia del desarrollo de las funciones psíquicas superiores*. La Habana, Cuba: Científico Técnica.