



Economía y Desarrollo

ISSN: 0252-8584

Dirección de Publicaciones Académicas de la Universidad
de La Habana (Editorial UH)

González Arencibia, Mario; Valencia Corozo, Emilio Horacio
Fake News desde la Economía Política Marxista
Economía y Desarrollo, vol. 168, núm. 1, e8, 2024, Enero-Junio
Dirección de Publicaciones Académicas de la Universidad de La Habana (Editorial UH)

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425577490006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Fake News desde la Economía Política Marxista

Fake News from a Marxist Political Economy

Mario González Arencibia^{1*} <https://orcid.org/0000-0001-9947-7762>

Emilio Horacio Valencia Corozo² <https://orcid.org/0009-0007-5886-1267>

¹ Universidad de las Ciencias Informáticas. Centro de Estudios de Gestión de Proyectos y Toma de Decisiones. La Habana. Cuba.

² Instituto de Altos Estudios (IAEN). Quito. Ecuador.

* Autor para la correspondencia: mgarencibia@uci.cu

RESUMEN

El tema de las noticias falsas o Fake News se ha vuelto una preocupación viral en las redes sociales por los peligros que implica para los diversos actores sociales. Frente a ello las soluciones que se proponen son variadas, unas colocan la mirada en la educación mediática y otras en el rol de la tecnología, empleando la inteligencia artificial para detectar este suceso y discriminarlo, con la limitación de que no se reconoce, que este hecho es consustancial a las relaciones capitalistas de producción. Del análisis bibliográfico se deriva que el enfoque predominante es el de las ciencias de la comunicación. A partir de estas preocupaciones, este artículo tiene como propósito ofrecer una valoración desde la óptica de la economía Política de las Fake News, reconociendo que la causa más profunda del mismo es un reflejo de la agudización de la contradicción económica fundamental de este sistema.

Palabras clave: algoritmización, capitalismo, desinformación, economía política, Fake News.

ABSTRACT

The issue of fake news has become a viral concern in social networks due to the dangers it implies for the various social actors, and the solutions proposed are varied, some focus on

media education and others on the role of technology using artificial intelligence to detect this event and discriminate it, with the limitation that it is not recognized that this fact is inherent to the capitalist relations of production. From the bibliographic analysis it is clear that the predominant approach is that of the communication sciences. Based on these concerns, the purpose of this article is to offer an evaluation from the point of view of the Political Economy of Fake News, recognizing that its deepest cause is a reflection of the sharpening of the fundamental economic contradiction of this system.

Keywords: *algorithmization, capitalism, disinformation, political economy, Fake News.*

Recibido: 22/7/2023

Aceptado: 23/8/2023

INTRODUCCIÓN

Las noticias falsas o Fake News se han convertido en un debate recurrente en los análisis que se realizan en la literatura en la segunda década del siglo XXI. Este término, desde la perspectiva fenoménica, está siendo un instrumento mediático del capitalismo contemporáneo para distorsionar la realidad de forma intencionada en sus diversos contenidos sociales. Este fenómeno está determinado por factores de diversa índole, económico, político, jurídico, sociológico, psicológico y comunicacionales (Chapman & Rotenberg, 1993; Wardle & Derakhshan 2017; Barone, 2018). Su proliferación online mediante las redes sociales muestra que es «infeccioso» y que, con su inapropiado uso, se afectan las emociones, la lógica se desvanece y la politización mal intencionada crece.

Sin embargo, la realidad indica que es insuficiente la percepción pública sobre el tema, lo cual podría tornarse peligroso de no tomarse decisiones acertadas para su enfrentamiento; sobre todo, si se tienen en cuenta las consecuencias negativas que implican para los individuos, organizaciones y para la política económica y social de los diferentes sistemas sociales, debido a que sus fines se prestan para ocultar y desviar la atención, de hechos de la más diversa índole. Ello indudablemente, responde a las condiciones en que impera el

capital, según sus intereses, metamorfoseando el contexto en que se desenvuelve desde el poder monopólico de las redes digitales.

Aquí la pregunta pudiera ser: ¿podrá este sistema convivir sin la enajenación del hombre? ¿Responden las Fake News a la naturaleza de las relaciones sociales de producción capitalistas? A partir de estas interrogantes, el propósito de este artículo es ofrecer una valoración desde la teoría de la Economía Política Marxista, que permita profundizar en las causas del fenómeno; la idea es que esta ciencia social deba ser tomada en cuenta para aplicar sus herramientas a la interpretación y búsqueda de soluciones de la realidad que se está tergiversando (Hirst, 2017).

Se parte de la idea central siguiente: este concepto distorsionante responde al mecanismo de funcionamiento del sistema capitalista y es consecuencia de su crisis estructural como efecto de la agudización de la contradicción económica fundamental. Ello se expresa en el carácter cada vez más social de los procesos tecnológicos y su impacto ideológico, político y económico en las estructuras y modos de actuación de personas, instituciones públicas y privadas, así como, en la historia y la cultura, promoviendo que esta última se debilite, al ser guiada por propósitos distorsionadores de la realidad.

La importancia del estudio del tema radica en que la Economía Política Marxista no debe estar al margen de la comprensión de las noticias falsas. Ello exige, desde la política y la economía, la búsqueda de alternativas ante los procesos mediáticos que tienen como intención distorsionar la realidad. Históricamente el rol de la ideología y la política capitalista es normalizar este analfabetismo, a través de símbolos y representaciones falsas sobre la realidad, lo cual forma parte del mecanismo de funcionamiento del capitalismo para salvaguardar su sistema de relaciones de producción

LAS FAKE NEWS. CONCEPTO Y TIPOS

Las Fake News se conceptualizan como «información errónea» (misinformation) y «desinformación» (disinformation), que es producida y difundida en medios sociales con el propósito de manipular a sus consumidores por motivos financieros o políticos. De la literatura revisada se pueden derivar seis características básicas de este fenómeno que enriquecen su conceptualización:

1. Son concebidas como un proceso con un propósito claro.
2. Asumen fenoménicamente una apariencia de noticia real, metamorfoseando la realidad, de forma fetichista.
3. Su finalidad es transformar la verdad en una problemática ideológica, dejando de reflejar la realidad de manera objetiva y convirtiéndose en lo que su productor quiere que sea.
4. Emplean como canal más inmediato de divulgación los medios sociales propiciados por internet empleando plataformas digitales.
5. Las noticias falsas más propagadas son las de texto, sin embargo, con el uso de herramientas de inteligencia artificial se ha logrado confeccionar Fake News de audio y video, su versión actual se realiza con un *software* llamado Deep Fake (falsificaciones profundas).
6. Tienen un efecto multiplicador y transformador de la realidad, alterándola, según la imagen y semejanza de su creador.

A partir de su caracterización se identifican diferentes tipos de Fake News según su apariencia y su intencionalidad (Zules, 2019; Campan, Cuzzocrea & Truta, 2017) concibiendo la intencionalidad, las clasifica de la manera siguiente: (Cuadro 1)

Cuadro 1. Tipos de Fake News según su intencionalidad

Tipos de Fake News	Características
Click-Bait	Alto contenido económico, trata de ser vista y compartida por la mayor cantidad de personas con el fin de obtener réditos económicos principalmente por publicidad.
Propaganda	Con un sesgo político, orientada a influir en la opinión del receptor para favorecer o desfavorecer determinada posición política o postura hacia algo o alguien.
Comentario u opinión	Para incidir en el pensamiento, busca expresar un pensamiento «sin la intención de ser tomado como verdadero».
Humor o sátira	Trata de manera muy solapada de influir ideológicamente desde un pensamiento de forma humorística o artística «sin la intención de ser tomado como verdadero».

Fuente: elaboración propia sobre la base de Zules (2019); Campan, Cuzzocrea, & Truta (2017) y Craig (2016).

Por su parte, Figueira y Oliveira, (2017) clasifican las Fake News concibiéndolas según su apariencia en tres momentos fundamentales:

1. Contenidos falsos humorísticos, donde al igual que Campan, Cuzzocrea y Truta (2017), se fundamentan en que no pretenden aparentar ser ciertas, pero si penetrar disimuladamente la subjetividad humana.
2. Fabricaciones serias, con un alto grado de personalización para su receptor.
3. Rumores de gran escala, fabricados para cualquier público.

Se podría advertir del análisis del Cuadro 1 y de lo que se denota de su conceptualización en términos de apariencia, que el valor de uso de las Fake News se está empleando como forma psicológica, económica y política de realización del sistema capitalista. La manipulación mental está en que antes el capitalismo se sustentaba en la materialidad de las mercancías y en sus exigencias para la satisfacción de necesidades específicas, incidiendo en el estímulo al consumo por parte de los individuos. Actualmente con los cambios que se están produciendo con el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se trata de un manejo de la subjetividad, con lo que se les está atribuyendo a las mercancías y productos digitales, características vinculadas a realidades simbólicas que se manejan desde la mentefactura.

Ello sugiere la idea de que se está asistiendo a una nueva modalidad de fetichismo mercantil abordado por Carlos Marx en *El capital*, dirigido a posibilitar una continuada y creciente valorización del capital. Por lo que se podría plantear, parcialmente que las características de los valores de uso asociados al entorno digital, –y en este caso las Fake New– están siendo apreciadas por el sistema capitalista como un medio para consolidar sus posiciones en todos los ámbitos, formando parte de su estrategia de dominio imperial. Ello se denota con claridad meridiana, cuando se hace un análisis intencionado de sus antecedentes en el marco de la política norteamericana.

NEOCOLONIALISMO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

Se puede inducir que la proliferación de Fake News no es un hecho nuevo, es consustancial a las relaciones capitalistas de producción; lo diferente de este término está en la amplitud y profundidad con que pueden reproducirse (Fernández-García, 2017). Ello está determinado

por el rol que determinan en su reproducción el «neocolonialismo» de las TIC, mediante plataformas digitales que se expanden a lo largo y ancho de todo el planeta a través de las redes sociales (Herrera, 2020).

Es decir, con la intensificación de las relaciones sociales en el entorno digital se han creado las condiciones para la expansión de las noticias falsas. Datos de Internet World Stats (2019) indican que en junio 30 de 2019, Internet hospedaba 4 536 248 808 usuarios; lo que representa el 59 % de la población mundial con conexión a la web. El por ciento de participación de la población en internet por regiones a mediados del año 2019 es el siguiente: En África, 39,6 %; Asia, 54,2; Europa, 87,7 %; América latina y el Caribe, 68,9 %; Medio Oriente, 67,9 %; EEUU, 89,4 %; Australia y Oceanía, 68,4 %. De esto se infiere que ningún país está al margen de los peligros que afectan la ética en su más amplio sentido de la palabra.

La inmediatez y el nivel de expansión en el espacio digital es mayor que en el mundo real, por ejemplo: Infografía de Trecebits (2019) plataforma orientada al análisis de las redes sociales y a la tecnología, muestra el constante incremento del flujo de información en la red: En solo 60 segundos se comparten más de 87 500 tuits en Twitter; se visualizan 4,5 millones de vídeos en YouTube; Google soporta 3,8 millones de búsquedas en cada minuto cifra inferior a la cantidad de vídeos que se visualizan en YouTube, plataforma de su propiedad. Mediante E-mail se envían más de 188 millones de mensajes cada minuto. A través del SMS se envían 18,1 millones de mensajes de texto empleando el móvil, principalmente con fines publicitarios.

Lo que distingue a las noticias falsas en la era digital, es el volumen de información, su instantaneidad, ubicuidad, facilidad, precisión y velocidad con la que se puede difundir. Otra particularidad es que responden a intereses privados con fines maliciosos, y traen consigo, disvalores que alejan a los individuos de la veracidad de los acontecimientos. El hecho es que la sociedad en red global, creada por el imperio posibilita que la desinformación se expanda horizontal y verticalmente hacia todas partes del mundo, desde una élite interesada en la enajenación social de los consumidores de la información (Ireton & Posetti, 2018). Su propagación se hace viral, en dependencia de los intereses de su emisor y es agilizada por la estructura de los algoritmos que manejan las redes, a lo que se une el acompañamiento de la optimización de motores de búsqueda y el efecto de bola de

nieve que se produce en los medios sociales, en lo que los temas «de moda de la sociedad del consumo capitalista» adquieren más importancia (Farhall *et al.*, 2019).

SUS CABALLOS DE TROYA

Sus caballos de Troya están a la distancia de un click, valiéndose de las novedosas técnicas de la inteligencia artificial (Sadiku *et al.*, 2018). Se reproducen a través de los sesgos negativos de la algoritmización (Fernández-García, 2017) de quienes programan el contenido de los mecanismos que circulan en internet, dígase los bots: robot que plagian la cuenta de una persona real para ejecutar cyberbullying. También están los «ejércitos de trolls», versión humana de los bots, representada por mercenarios o cyberactivistas de la desinformación, orientados por los mecanismos de producción de plusvalía, y de poder monopólico, encaminados a generar contenidos falsos al servicio de fines privados interesados en reproducir la realidad de los hechos de forma maliciosa (Minguell, 2019).

Es decir, son diversas las maneras de torpedear la realidad actual mediante el ataque mediático. El efecto es que se han estado construyendo las bases para generar campañas colonizadoras, con un disfraz alejado de la verdad, y orientadas a deslegitimar sociedades enteras, bajo la intencionalidad de tergiversar los hechos, para producir resultados diferentes a los esperados, en contra de la veracidad de los procesos. De lo que se trata es de aislar los individuos del escenario en que conviven y, con ello, producir mentes mutiladas.

Existen evidencias de que E.E. U.U. tiene estructuras especializadas para organizar ciberataques empleando los misiles de la desinformación, empleando tropas cibernéticas, las cuales son organizadas por partidos políticos, equipos gubernamentales y militares, comprometidos con la distorsión de la información mediante redes sociales. En este espacio el mayor impacto lo han tenido las propagandas automatizadas. Según datos de la Universidad de Oxford, el gobierno norteamericano maneja cibertropas activas para operaciones nacionales e internacionales como: la US Agency for International Development (USAID), el Departamento de Seguridad Nacional, el Departamento de Estado (creó en 2017 el Global Engagement Center) y en varias dependencias del Departamento de Defensa, entre ellas DARPA, el Comando Ciberespacial (US Cyber

Command) y la Fuerza Aérea (en particular, el Mando Central Unificado o CENTCOM). Además, utiliza empresas contratistas como Ntrepid y HBGary Federal (Elizalde, y Santander, 2020).

E.E. U.U. presenta el mayor ejército de cibertropas del mundo, es la nación de mayores inversiones en este campo. Es notorio el caso de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa (DARPA), institución que financió un estudio de 8,9 millones de USD, para desarrollar las mayores potencialidades de influencia de las redes sociales, incluyendo el rastreo de la capacidad de respuestas de los usuarios al contenido se oferta en línea. Un ejemplo de ello, son los *softwares*: Astroturfing y Computing World, que tienen las características y potencialidades que se describen a continuación en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Evidencias de *software* norteamericanos con objetivos bélicos en el escenario digital

Software	Potencialidades
Astroturfing: consiste en ocultar al verdadero emisor de un mensaje publicitario o propagandístico.	Permite mantener actualizadas las cuentas falsas y vincular automáticamente el contenido creado en su perfil de otra red, reforzando la impresión de que los titulares de las cuentas son reales y activos.
	A la cibertropa se les puede asignar cuentas «pre-envejecidas» para crear una la imagen de que llevan tiempo funcionando y retuiteando durante meses. Ello evita la idea de que por primera vez están en la escena. Su único propósito es atacar a un usuario en red o generar propaganda falsa.
	Construye por sí solo un camuflaje auténtico online que cualquier persona de forma real necesitaría para activarse en red: un nombre, cuentas de correo electrónico, páginas web y redes sociales. Su casi total acercamiento a la realidad hace difícil de distinguir entre un humano y un robot.
Computing World: consiste en crear la imagen de ubicuidad de las personas, mediante identidades falsas desde la red, camuflajeando sus objetivos y creando confusiones.	Suministra automáticamente a las cibertropas, Protocolos de Internet (IP) escogidos eventualmente para acceder a Internet, las cuales para evitar ser descubiertas deben modificarse diariamente, «encubriendo la existencia de la operación». Mezcla además, el tráfico web de los cibercombatientes con «el tráfico de multitudes de usuarios fuera de la organización», para <u>camuflajearse</u> .
	Permite que las organizaciones que frecuentan el mismo servicio cambien fácilmente las direcciones IP. Establecer «direcciones IP estáticas» de manera personalizada, posibilitando que diferentes cibercombatientes «se reencuentren con la misma persona al paso del tiempo».
	Construye diez identidades falsas (<u>sock puppet</u>) por usuario real. Ello va acompañado de historias, detalles de apoyo y presencias cibernéticas que sean creíbles desde los componentes tecnológicos, culturales y geográficos. La idea es crear la imagen de ubicuidad de las personas, es decir, de tener la propiedad de estar en cualquier parte del planeta e interactuar empleando los servicios convencionales en línea y plataformas de redes sociales.

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos aportados por Elizalde y Santander (2020).

En el cuadro anterior se aprecia que Astroturfing y Computing World, caballos de Troya del imperio, que tienen enormes potencialidades para producir engaños de carácter universal, formando parte de la carrera armamentista que se desarrolla en el entorno digital, apoyada en la inteligencia artificial, articulando en este escenario, contratistas independientes, la ciudadanía, grupúsculos de la sociedad civil, gobiernos y partidos políticos contrarios a las fuerzas de la izquierda.

OBJETIVOS EN EL CONTEXTO DE LAS RELACIONES CAPITALISTAS

Se observa de lo explorado que las noticias falsas tienen como regularidad fundamental –en el contexto de las relaciones capitalistas– el engaño, objetivo encaminado a adquirir una apariencia real. Este puede ser de naturaleza económica e ideológica, y es empleado desde el lado económico, para obtener dinero (Edson, Wei & Ling (2018); factor para acrecentar la obtención de un plusvalor que se transforma en plusvalía en las condiciones del capitalismo, por ejemplo:

- De acuerdo a un reporte en la revista Wired, existen ejemplos sistemáticos de personas e instituciones que detrás de las noticias falsas, los sitios ganan \$US 8 000 por mes, más de 20 veces el salario promedio de cualquier empresa (Hirst, 2017; Alibašić & Rose, 2019).
- Desde Google AdSense se han explotado las posibilidades de los robots de publicidad automatizada para ganar dinero con historias inventadas (Edson, Wei & Ling 2018).
- Burkhardt (2017) demuestra que el auge de las noticias falsas se debe a su capacidad para maniobrar e influir en operaciones financieras de alta frecuencia. Ello se debe a que a través de ellas se puede predecir el comportamiento de los mercados financieros mediante la especulación (Guía de Consumer Action, 2017).

- El resultado de lo anterior es que se ha estado conformando una red de intereses, donde las tecnologías dominadas por robot y las noticias falsas, están siendo partes de una guerra económica mediante la desinformación cuyo efecto ha sido la alteración del movimiento de los mercados con fines lucrativos.
- Desde el año 2010 se han producido «Flash Crash» con la introducción de robots de inversión, provocando volatilidad y caídas en los mercados de valores, alcanzando cifras por el valor de un billón de dólares en periodos cortos de apenas 30 minutos (Lin, 2016, Gelfert, 2018).
- En 2013, se perdió un valor de \$130 mil millones en el mercado accionario, cuando inversionistas vendieron valores a causa de un tuit falso publicado por un hacker (Guía de Consumer Action, 2017).

La consecuencia es que los fines económicos y políticos en la segunda década del siglo XXI han aumentado la motivación para proporcionar al público noticias falsas. El internet ahora es financiado por los anunciantes y no por el gobierno. La tasa pagada a los propietarios del sitio web por las recompensas de los anunciantes propietarios de sitios web para publicar información popular, proporciona un incentivo para crear más contenido que atraerá a más gente al sitio y, por consiguiente, mayores ganancias (Burkhardt, 2017; Kalsnes, 2018).

También las Fake News han tenido como propósito distorsionar líneas de pensamiento social e ideológico de manera interesada, en función de quien emite la desinformación, convirtiéndose en un instrumento de poder de quien dirige la dictadura del click, en un contexto en que la socialización de la información ha ganado espacio a través de las redes sociales de forma popular (Nelson, 2018). Es decir, el interés político de las Fake News está asociado al económico, factor que se añade para contrarrestar la tendencia decreciente de la cuota de ganancia en las condiciones del capitalismo a medida que crece la composición orgánica del capital.

CARÁCTER MONOPÓLICO DE INTERNET

Una lectura relevante sobre el tema demuestra que el avance de las Fake News como estrategia política del imperio norteamericano está reflejando una profunda crisis de valores en el escenario de la sociedad de la información. Ello incluye la «militarización» de la información por parte de gobiernos como el de E.E. U.U. Con ello crece el riesgo de una «carrera armamentista» con la finalidad de propiciar desinformación, para asegurar la contaminación de los entornos de información en general, expresándose su alto potencial para manipular situaciones de todo tipo. Para los países subdesarrollados, carentes de esa capacidad tecnológica en este contexto, existe el riesgo potencial de estar montados en una novedosa forma de dependencia tecnológica de dominación neocolonial que pone en peligro su soberanía nacional (Roozenbeek & Linden 2018).

Es notorio la cantidad de dinero que están invirtiendo las principales potencias capitalistas, dígame Europa, Rusia, EE. UU., en el desarrollo de la inteligencia artificial con la finalidad de lograr ventaja competitiva (Villani, *et al.* 2018). Esto indica la creciente rivalidad que se está produciendo en este campo del saber. El incentivo para su desarrollo consiste en su capacidad de capturar gran parte del valor económico generado por las cadenas de producción informativas, y en la posibilidad de convertir la ciencia y la innovación científica en fuente de poder político y económico (Torres, 2018).

Desde las tecnologías digitales también se han creado nuevos centros de poder que favorecen la diseminación de Fake News, y que no solo recogen datos que proporcionan los consumidores, sino que también están en condiciones de ofrecer instrumentos para manipular e infiltrarse en los sistemas políticos (Haberer, 2018). En este escenario es notorio la creciente pérdida de privacidad ante la ilimitada vigilancia de las agencias de seguridad en el ámbito de las comunicaciones que se ofrecen por la vía de internet (Schiller, 2006; Turk, 2018). Ello está determinado por el tipo de modelo de desarrollo predominante, el cual tiende a la concentración monopólica, que ya no solo permite la intercomunicación, sino que estas plataformas digitales se han transformado en un valioso mecanismo de retroalimentación e insumo de la economía digital.

El corolario es que internet se ha convertido en el ecosistema nervioso central de la economía, la política, la información, el conocimiento, y la vida cultural y social a nivel mundial (Wagner & Molla, 2018). La consecuencia es que aquellos que poseen el control de esta infraestructura, su sistema, sus datos, están teniendo el poder sobre la vida

sociopolítica del resto de los países de la comunidad mundial, mediante la creciente concentración y centralización mediática, cuyo impulso proviene de las grandes empresas transnacionales procedentes fundamentalmente de EE. UU., quien en el 2019 contaba con 53 % de las empresas más grandes del mundo de un listado de 100, mientras que China y Reino Unido estaban en los puestos segundo y tercero con 11 y 9 compañías transnacionales respectivamente.

Una regularidad importante que se está produciendo en el proceso de concentración y centralización de la producción y el capital y desarrollo del proceso de monopolización: las empresas del sector tecnológico cada vez más se posicionan en los primeros lugares. En el 2013 solo había tres empresas tecnológicas entre las diez más grandes del mundo, en el 2019 llegan a siete. Por primera vez, desde hacía más de una década Microsoft, supera a Apple como la empresa más grande del mundo, que había estado en este lugar durante cinco años de manera continua. Ello tiene su causa en el aumento de precio de Microsoft hasta los 733 275 millones de euros. En el tercer puesto se sitúa la empresa de tecnología y distribución Amazon.com. (Figura. 1)

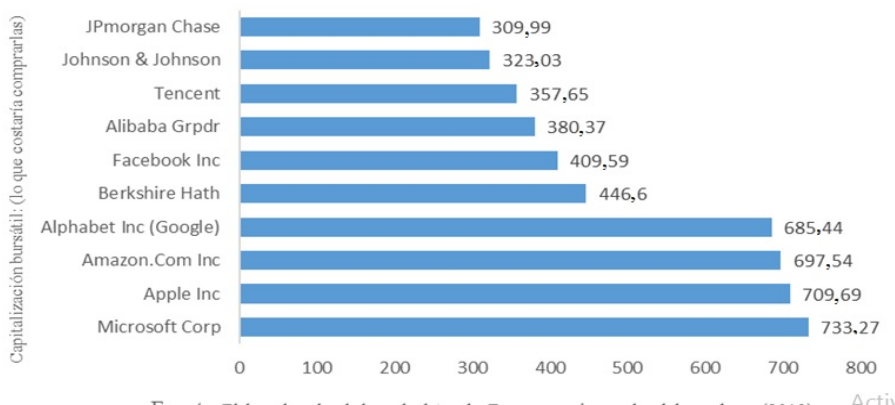


Figura 1. Las empresas más grandes del mundo, 2019. (En miles de millones de euros)

Fuente: Trecebits (2019).

La idea es que a medida que internet se ha estado socializando, han crecido sus potencialidades para ampliar los vínculos entre personas, instituciones, Estados y países, superando los límites geográficos y convirtiéndose en el rostro actual de la globalización. Esto se debe a que, a mayor concentración de datos mediante la captación de más usuarios, son mayores las ganancias de las empresas que se consolidan. En este contexto se han

multiplicado las inversiones privadas, con la especificidad de que ha predominado la concentración monopólica, cuyo paradigma de obtención de ganancias, ha estado absorbiendo el dominio de la red (Figura 1).

El efecto ha sido la consolidación de la posición estratégica de las empresas transnacionales como dueños de internet a nivel mundial, en un marco social en que la ciberciudadanía está cada vez más orientada a un consumo y generación de datos que tienden a responder a la naturaleza mercantil del gran monopolio, mediante la manipulación de la subjetividad. Todo ello ocurre en medio de una atmósfera política y económica, en que la ausencia de mecanismos jurídicos para regular la acción monopólica en el escenario de internet ha favorecido el proyecto hegemónico de un puñado de empresas en el ámbito de la globalización digital, permitiendo la propagación de su presencia en todo el planeta, imponiéndose en los espacios e instalando reglas que eliminan los obstáculos a su dominio mundial (Hammes, 2006).

DESINFORMACIÓN AL SERVICIO DEL CAPITAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

El dominio de las grandes redes sociales por parte de las empresas norteamericanas ha propiciado que el imperio enfoque su atención hacia América Latina y el Caribe. Para ello se ha empleado lo que se denomina «golpes blandos», creando confusión al interior de la región, desacreditando presidentes, dirigentes políticos y movimientos sociales. En el caso del golpe de Estado en Bolivia, existen evidencias de que se desarrolló empleando la guerra híbrida de estilo norteamericano, combinando la presión de fuerzas internas, sobre todo militares, policías, civiles pagados por el imperio y procedimientos virtuales. En este caso ha sido notorio el hallazgo de un robot ejecutado por un especialista informático con entrenamiento militar, vinculado al gobierno norteamericano. Con el empleo de esta estructura se crearon cuentas falsas, con propaganda computacional distorsionada, que legitimaron el golpe de Estado en este país, a lo que se añadieron, operaciones psicológicas desestabilizadoras de las grandes masas sociales. A esto se unió la acción de cibertropas en las redes sociales, todo ello alineado con los intereses de las fuerzas de la derecha. Esto se combinó con una clausura de los medios que apoyaban al Gobierno de Evo Morales.

De esta manera, la guerra de la desinformación se ha convertido en una herramienta al servicio del capital y de sus fines neocoloniales. Ello indica que estos métodos están siendo empleados como parte del reparto económico y territorial que propicia el gobierno norteamericano en países latinoamericanos. La pregunta en este escenario de generación de confusiones sería: ¿qué busca la acción imperial en Venezuela y Bolivia la campaña por derrumbar el sistema político? La respuesta está bien clara: fuentes de materias primas y mano de obra barata. En Venezuela buscan su petróleo y en Bolivia, el agua, el litio y los hidrocarburos. Buscan que en Latinoamérica y el Caribe prolifere el neocolonialismo, con gobiernos títeres que aseguren el acrecentamiento permanente de la valorización del gran capital y su oligarquía financiera.

El impacto de las campañas de confusión del gran capital en la región ha sido la profundización de fragilidades sociales y políticas, ampliando las brechas entre los más ricos y los más pobres, como expresión de la ley general de la acumulación del capitalista. Otro efecto es la fragmentación de las democracias en un país como Bolivia, donde las fuerzas políticas hostiles a la democracia han empleado mecanismos de desinformación, chantaje y presión para llegar al poder irrumpiendo su programa social. El hecho es que la mercantilización disimulada y directa de las herramientas de desinformación bajo las leyes del mercado que obedecen a la maximización de ganancias se ha impuesto como mecanismo de dominación.

En el contexto estudiado, ha intervenido Cambridge Analytica, sucursal londinense de una empresa contratista estadounidense orientada al desarrollo de operaciones militares en red, activa desde hace un cuarto de siglo, ha intervenido en doscientos procesos electorales a nivel mundial, teniendo como *modus operandi* las «operaciones psicológicas». Su propósito fundamental es el intercambio de opiniones con los participantes influyendo en modificar sus criterios, mediante el uso del «dominio informativo».

Lo novedoso no ha sido el empleo de propagandas, TV Martí y Radio Europa Libre; sino la inteligencia artificial y las herramientas de Big Data, creando las condiciones para tener localizados a los votantes de manera que puedan ser cuantificables, y que se puedan avizorar perceptiblemente sus concepciones para poder modificar sus criterios (Canal Abierto, 2018).

Cambridge Analytica ha declarado su participación en procesos electorales contra dirigentes de la izquierda en Argentina, Colombia, Brasil y México. En Argentina, Cambridge Analytica y ejército de trolls: confirman la manipulación en las elecciones 2015, en la campaña de Mauricio Macri, creando perfiles psicológicos detallados e identificando personas penetrables a los cambios de opinión para luego influir a través de noticias falsas y selección parcial de la información (Canal Abierto, 2018).

De acuerdo con Elizalde (2018), el poder de las empresas transnacionales que operan en América Latina y el Caribe es tan grande, que estas poseen las condiciones de procesar los grandes datos de las redes sociales y de manipularlos desde los chats, los correos electrónicos, buscadores y celulares. Ello les permite crear un valor agregado, que los mercantiliza, con fines de valorizar su capital. Pero el nivel de generación de desinformación que generan es tan sólido, que los propios intereses de los usuarios son distorsionados, ya que la apertura de los datos y la invitación a «compartir», retuitear, dar un «no me gusta», o un «me gusta», es de las corporaciones transnacionales y no de los usuarios.

La debilidad fundamental que presenta la región latinoamericana es que clasifica como la región del mundo con menor porcentaje de plataformas digitales propias. Teniendo como efecto que es el primer consumidor global de webs extranjeras por la insuficiente existencia de plataformas locales. Solo un 26,6 % de los buscadores, redes sociales y sitios web, empleados por sus ciudadanos se ha desarrollado en América Latina. La mayoría pertenece a firmas norteamericanas (Carreño, 2019)

En términos de tráfico de Internet, Latinoamérica es la región más dependiente del mundo; el 90 % de los datos que se intercambia dentro de sus países pasa por los nodos ubicados en EE. UU. , donde se ubican 10 de los 13 servidores raíces que conforman el código maestro de la Internet a nivel mundial. De los 100 sitios más visibles de América Latina, solo 21 son locales. El 80 % de todo lo que se consume en internet tiene como origen a EE. UU. (Elizalde, 2018). En este espacio de subordinación al imperio norteamericano por parte de la región, la soberanía nacional está limitada.

CORRUPCIÓN MORAL Y POLÍTICA VS VERDAD

De todo lo analizado se desprende la corrupción moral y política que acompaña el tema de las Fake News, instrumento que tiende a dinamitar la veracidad de la realidad existente, al punto de que se han sustentado falsos criterios, fundamentados en la idea de la era de la posverdad, cuyo trasfondo ideológico y político está basado en construir incertidumbres, bajo el intento de crear la imagen de un mundo sin metas, sin ideales, sin historia, sin utopías.

Se trata de crear la duda de que la imagen de futuro y la posibilidad de cambio está fuera de tiempo, es decir, que no existen, implantando tensión entre lo ideal y lo real. Por consiguiente, la ideología de la sociedad del consumo, trata de suprimir la distancia entre la realidad y lo que puede transformarse.

En efecto, estos fines son una visión peyorativa de los hechos, lo que se pretende es borrar la idea de la existencia de alternativas frente a la agudización de las contradicciones internas y externas del capitalismo en su fase de funcionamiento actual.

De lo que se trata es de una realidad determinada por un impulso de la ideología capitalista en un contexto dominado por la subjetividad del uso de las redes sociales; cuestión que desde el pensamiento marxista se conoce como uno de los rasgos distintivos de la ideología capitalista, para establecer interpretaciones deformadas de los hechos que conviven en la realidad. Por consiguiente, el capitalismo –al someter al ser humano a la esfera digital y hacerlo dependiente de la implacable lógica de la relación trabajo-capital– pretende impedir que los sentidos sociales estén de frente a la realidad. En este ámbito, la exacerbación de lo inmaterial está pasando cada vez más a asegurar la alienación y, por tanto, a garantizar la propia continuidad de realización del sistema.

ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS

En un ejercicio sobre cómo pensar estrategias alternativas frente a los usos dañinos de las Fake News desde el contexto de la región latinoamericana y caribeña, se podrían identificar de manera sucinta los factores que la benefician y afectan (Cuadro 3).

Cuadro 3. Factores que benefician y afectan a la región en una estrategia frente a las Fake News

Fortalezas	Oportunidades
• Voluntad política de los pueblos de la región para enfrentar las desigualdades sociales derivadas de las injusticias del mercado neoliberal. • América Latina y el Caribe cuentan con una historia y cultura propia. • Venezuela, Cuba y Nicaragua como ejemplos de resistencia en la región. • Percepción del riesgo que representan las plataformas digitales cuando no se controlan desde intereses propios. • Existencia de experiencias positivas en la articulación positiva de los usos de las redes sociales.	• Crecimiento acelerado de las potencialidades de la ciencia y la tecnología. • Existencia de experiencias exitosas de situar el mercado en función de la democracia. • Experiencias internacionales de unidad han demostrado la fortaleza de este baluarte. • Disposición de Rusia y China para colaborar con la región.
Debilidades	Amenazas
• Ascenso al poder de fuerzas de derecha contrarios a la democracia, maximizando los intereses privados del gran capital. • Insuficientes plataformas digitales propias. • Limitada soberanía nacional en el uso de las plataformas digitales. • Fuerzas a favor del imperio (Brasil, Bolivia, Ecuador). • Insuficiente unidad política. • Dominio transnacional en América Latina y el Caribe. • Deficiente preparación para enfrentar la batalla comunicacional de los grandes medios. • Ineficiente alfabetización e infraestructura digital para el uso de las redes sociales en función de enfrentar el imperio. • Fragmentación política en la región. • El golpe de Estado en Bolivia demostró que la región no marca tendencias en las redes sociales, debido a las fortalezas del sistema de algoritmos digitales de la tecnología del imperio. • Inexistencia de una estrategia basada en un marco jurídico que minimice el control de EE. UU. en la región en relación al uso de las plataformas digitales, que garantice el tráfico de internet entre los países latinoamericanos y caribeños.	• Hostilidad del gobierno norteamericano hacia la región, sobre todo en contra de aquellos países que no responden a sus intereses. • Carácter alienante del uso de las redes sociales mediante Fake News. • Guerra híbrida hacia América Latina y el Caribe, basada en presiones, golpes de Estados y en la desinformación. • Inteligencia artificial se emplea con fines políticos, en función del dominio imperial. • Fortaleza del imperio para crear ciberoperaciones en redes en contra de la izquierda. • Carácter monopólico de las plataformas digitales en manos de ETN norteamericanas. • Uso de la comunicación como un arma política en manos del imperio. • Carrera armamentista de orientación digital en contra de los proyectos emancipadores. • La Ley de Modernización Smith-Mundt de 2012 establece que la difusión de propaganda doméstica al público extranjero está expresamente permitida en Internet, incluidas las redes sociales.

Del cuadro anterior se desprende la necesidad de repensar estrategias alternativas frente a los vacíos epistemológicos representados en las debilidades y amenazas identificadas desde una posición que permita enfrentar la política de misiles de las Fake News, para lo cual se presentan las siguientes propuestas:

- Se observa que las debilidades y amenazas que presenta la región son superiores a las fortalezas y a las oportunidades. Se impone la unidad como herramienta de emancipación social, el uso eficiente del mercado y de las potencialidades de la

ciencia y la tecnología para viabilizar los procesos democráticos y emancipadores del entorno.

- El resultado deberá ser la diversificación de sus economías, junto al levantamiento de barreras a la hegemonía del capital, ello incluye repensar las bases estructurales del sistema social vigente y su sustitución por uno donde se priorice un enfoque antropocéntrico.
- Repensar una alfabetización digital, que incluya la formación y capacitación popular como herramienta para distinguir los usos maliciosos de las plataformas digitales, en un contexto donde se imponga la verdad como valor, lo cual, requiere de la creación de tecnologías autóctonas que respondan a los intereses culturales de cada país y de cada época, con lo que el resultado deberá ser el logro de soberanía tecnológica en la región.
- No se debe sustituir el trabajo político e ideológico frente a frente por los usos de las redes digitales, lo esencial es preparar desde el escenario presencial a la persona que va a interactuar en este ámbito de manera orgánica, en el entorno del barrio, para que la política a seguir se exprese en las redes sociales y enfrente a la ofensiva imperial y a sus fuerzas conservadoras.
- Crear conciencia política desde las casas, barrios, comunidades, escuelas, instituciones, empresas y espacios gubernamentales es esencial para interactuar en las plataformas digitales, con un sentido de pertenencia que responda a sus intereses culturales individuales y de país.
- Preparar el blanco de la propaganda imperial que es la juventud como nativos digitales de la región, en función de las fuerzas de la izquierda, lo que exige una mayor conexión con este segmento desde la izquierda. Por esto no se debe pasar por alto el uso de las redes digitales para la lucha política, esta herramienta es de uso orgánico de la juventud.
- Refundar observatorios digitales que den seguimiento a la colonización tecnológica que vive Latinoamérica es una tarea urgente, para desarrollar prácticas positivas en el uso de las redes sociales de resistencia, preservando la identidad cultural del continente.

- Actuar en bloque de manera unida, frente a las potencias en Inteligencia Artificial y Big Data y sus empresas, en un escenario en que se integren las fuerzas sociales calificadas; ello fortalecería el poder de negociación de la región frente a las instancias globales donde se definen políticas de gobernanza de carácter mundial.
- Repensar la necesidad de un modelo que garantice la soberanía tecnológica de la política de información y de comunicación, creando una tecnología de Big Data propia, sin injerencias políticas.
- Garantizar la independencia tecnológica frente al capital norteamericano, pues la región necesita de un contexto jurídico que asegure, privacidad y confidencialidad en el sistema de comunicaciones, y que elimine las barreras al intercambio de servicios, instrumentos y contenidos digitales producidos en América Latina y el Caribe.
- Las soluciones superan el debate tecno-científico y llegan a tener un alcance tecnopolítico, que exige unidad de acción en relación a la construcción de un programa político de tácticas y estrategias que garanticen alternativas emancipadoras, junto a un cambio revolucionario de las relaciones sociales de producción en el corto, mediano y largo plazo.

CONSIDERACIONES FINALES

Más allá de su uso en el escenario económico, político e ideológico del término, Fake News se relaciona con opiniones extremistas, propaganda y manipulación; la intencionalidad es engañar al usuario. Son formas que generan enajenación en el marco de las relaciones capitalistas de producción, que representan los intereses del gran capital, bajo el contenido de una guerra no convencional, basadas en crear incertidumbres, mediante la tergiversación de ideas.

Los políticos y actores poderosos, como las empresas transnacionales del entorno digital, se han apropiado del término para descaracterizar la cobertura mediática que no está acorde con sus intereses monopólicos, por lo que la concepción con que se maneja el uso indiscriminado de las Fake News es expresión de la crisis de normas, creencias y valores de

las sociedades mercantiles, y sitúan en peligro la credibilidad de personas, organizaciones, Estados y comunidades.

El mundo está asistiendo a un nuevo mecanismo de dominación y de dependencia tecnológica propiciado con el uso de las redes digitales que tiene como finalidad perpetuar las relaciones de producción capitalistas mediante el engaño y la proliferación de la ignorancia, lo que conduce: a la pérdida de la historia y la cultura, a la deshumanización de la sociedad, desmontaje de ideologías, a la barbarie, a crear individuos sin sentido, sumisos al orden social que reproduce la colonización del capital empleando la distorsión de las ideas.

Producir enajenación es propio de las relaciones capitalistas de producción, para mantener al individuo alejado de la realidad en que se desarrolla, limitándolo a su sumisión al capital. Capitalismo necesita de personas «zombis», sin historia, sin cultura, sin ideologías, y totalmente enajenadas. Por ello, apela a herramientas como las Fake News, las cuales reproducen confusión, incertidumbre, creando inseguridad social de la cual se alimenta el capital, quien tiene el propósito mercantil de vender los «valores» de la sociedad del consumo. Por esto, las Fake News tienen un valor de uso que se manifiesta en el mercado de las ideas como valor, al ser reconocidas como mercancías asociadas a los medios de propagandas capitalistas; productos que tienen aceptación y reconocimiento para un segmento de la sociedad interesado en la subordinación social de sus consumidores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALIBAŠIĆ, H, & ROSE, J. (2019). Fake News in Context: Truth and Untruths. *Public Integrity*, XXI (5), 463-468. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10999922.2019.1622359>
- BARONE, A. C. (2018). Fake News and Artificial Intelligence. ERC-CONFAP Grant 2018. Instituto de Informática. Institute of the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS).
- BURKHARDT, J. (2017). History of Fake News. Combating Fake News in the Digital Age. *Library Technology Reports*, LIII (8). Recuperado el 5 de julio de 2022 de <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6497/8636>

- CAMPAN, A.; CUZZOCREA, A., & TRUTA, T. M. (2017). Fighting Fake News Spread in Online Social Networks: Actual Trends and Future Research Directions. IEEE International Conference on Big Data (BIGDATA).
- CANAL ABIERTO (2018, 31 de julio). Cambridge Analytica y ejército de trolls: confirman la manipulación en las elecciones 2015. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://canalabierto.com.ar/2018/07/31/cambridge-analytica-y-ejercito-de-trolls-confirman-la-manipulacion-en-las-elecciones-2015/>
- CARREÑO, R. (2019). ¿Qué sucede con las plataformas digitales latinoamericanas? Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de https://elpais.com/economia/2017/05/11/actualidad/1494515060_337873.html.
- CHAPMAN, G., & ROTENBERG, M. (1993). The National Information Infrastructure: A Public Interest Opportunity. *Computer Professionals for Social Responsibility*, XI (2), 1-23.
- CRAIG, S. (2016, November 3). How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News. *Buzzfeed News*. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a>
- EDSON, C. T. JR; WEI, Z., & LING, R. (2018). Defining «Fake News». *Digital Journalism*, VI (2), 137-153, Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143>
- ELIZALDE, R. M. (2018). Colonialismo 2.0 en América Latina y el Caribe: ¿Qué hacer? Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2018/08/colonialismo-2-0-en-america-latina-y-el-caribe-que-hacer/>
- ELIZALDE, R. M. y SANTANDER, P. (2020, 5 de enero). Cinco preguntas sobre la operación del golpismo boliviano en Twitter. Informe realizado por Rosa Miriam Elizalde y Pedro Santander Molina para Mueve América Latina. REDH-Cuba. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://redh-cuba.org/2020/01/cinco-preguntas-sobre-la-operacion-del-golpismo-boliviano-en-twitter-por-rosa-miriam-elizalde-y-pedro-santander-molina/>
- FARHALL, K. *ET AL.* (2019). Political Elites' Use of Fake News Discourse across Communications Platforms. *International Journal of Communication*, XIII, 4353–

4375. Recuperado el 23 de marzo de 2023 de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10677>
- FERNÁNDEZ-GARCÍA, N. (2017). Fake News: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad* (269), mayo-junio, 66-77. Recuperado el 23 de noviembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054552>
- FIGUEIRA, A. y OLIVEIRA, L. (2017). The Current State of Fake News: Challenges and Opportunities. *Elsevier. Procedia Computer Science*, CXXI, 817-825. Recuperado el 21 de noviembre de 2022 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187705091732308>
- GELFERT, A. (2018). Fake News: a Definition. Department of Philosophy, Literature, History of Science and Technology Technical University of Berlin. *Informal Logic*, XXXVIII (1) Recuperado el 21 de noviembre de 2022 de <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/2018-v38-n1-informallogic04379/1057034ar.pdf>
- GUÍA DE CONSUMER ACTION (2017). Cómo reconocer y detener la desinformación. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de https://www.consumer-action.org/downloads/spanish/Fake_News_2017_SP.pdf
- HABERER, J. (2018). Fake-News: Alternative Fakten‘ oder Strategische Desinformation. Täuschungen Erlanger Universitätstage Herausgegeben von Rudolf Freiburg. FAU Forschungen, Reihe A, Geisteswissenschaften 14.
- HAMMES, T. (2006). *The Sling and the Stone on War in the Century*. Editorial Zenith Press.
- HERRERA, J. (2020). La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: análisis de cobertura de una noticia falsa en medios digitales chilenos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. Disertaciones*, XIII (1), 138-158. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de https://www.researchgate.net/publication/340674861_La_verificacion_de_noticias_y_el_problema_de_la_inmediatez_analisis_de_cobertura_de_una_noticia_falsa_en_medios_digitales_chileno
- HIRST, M. (2017). Hacia una economía política de las noticias falsas. *La economía política de la comunicación*, V (2), 82-94. Recuperado el 4 de diciembre de 2022 de <https://polecom.org/index.php/polecom/article/view/86>
- INTERNET WORLD STATS (2019). Internet Usage Statistics. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.internetworldstats.com/stats.htm#links>

- IRETON, C. H., & POSETTI, J. (2018). Journalism, 'fake news' & disinformation. Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO Series on Journalism Education. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. Recuperado el 14 de enero de 2023 de https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf
- KALSNES, B. (2018). Journalism Studies, Media and Communication Policy. Recuperado el 4 de abril de 2022 de DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.80
- LIN, T. C. (2016). The New Market Manipulation. *Emory Law Journal*, LVI (6). Recuperado el 2 de diciembre de 2022 de <https://scholarlycommons.law.emory.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1076&context=elj>
- MINGUELL, J. (2019). Pequeña guía de la propaganda digital. Recuperado el 2 de diciembre de 2022 de <https://ctxt.es/es/20190320/Politica/24896/Jordi-Minguell-propaganda-microtargetting-automatizacion-bots-trolls-campana-electoral.htm>
- NELSON, J. L. (2018). Is 'Fake News' a Fake Problem? *Columbia Journalism Review* Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php>
- ROOZENBEEK, J., & LINDEN, S. VAN DER (2018). The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation. *Manuscript accepted and in press at the Journal of Risk Research*. Recuperado el 8 de noviembre de 2022 de https://www.cam.ac.uk/files/fakenews_latest_jrr_aaas.pdf
- SADIKU, M. ET AL. (2018). Fake Mews and Misinformation. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (IJASRE)*, IV (5), 187-190. Recuperado el 8 de noviembre de 2022 de <https://ijasre.net/index.php/ijasre/article/view/1007>
- SCHILLER, H. (2006). Augurios de supremacía electrónica global. *Cuadernos de Información y Comunicación*, XII, 167-178.
- TORRES, M. (2018). Operaciones de influencia e inteligencia artificial: una visión prospectiva. Documento de Opinión. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- TRECEBITS (2019). ¿Qué ocurre en un minuto en Internet en 2019? TreceBits: redes sociales y tecnología. Recuperado el 5 de julio de 2022 de <https://www.trecebits.com/2019/04/03/minuto-internet-infografia/>.

- TURK, Ž. (2018). Technology as Enabler of Fake News and a Potential Tool to Combat It. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies. University of Ljubljana, Slovenia Directorate-General for Internal Policies.
- VILLANI, C. *ET AL.* (2018). For a Meaningful Artificial Intelligence. Towards a French and European Strategy, Mission Assigned by the Prime Minister Édouard Philippe. Recuperado el 14 de junio de 2021 de https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/MissionVillani_Report_ENG-VF.pdf
- WAGNER, K., & MOLLA, R. (2018). People Spent 50 Million Hours Less per Day on Facebook Last Quarter. Recuperado el 5 de febrero de 2022 de <https://www.recode.net/2018/1/31/16956826/facebook-mark-zuckerberg-q4-earnings-2018-tax-bill-trump>
- WARDLE, C., & H. DERAKSHAN (2017). Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe. Recuperado el 2 de enero de 2020 de <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>
- ZULES, A. (2019). *Construcción de un dataset de noticias para el entrenamiento y evaluación de clasificadores automatizados* (Tesis de maestría en Ciberseguridad). Universidad Politécnica de Madrid.

Conflictos de intereses

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses..

Contribución autoral

Mario González Arencibia: conceptualización de ideas, formulación o evolución de metas y objetivos generales de investigación, curación de datos, análisis formal, metodología, administración del proyecto, recursos, validación, visualización y redacción del borrador original.

Emilio Horacio Valencia Corozo: conceptualización de ideas, formulación o evolución de metas y objetivos generales de investigación, curación de datos, análisis formal, metodología, administración del proyecto, recursos, validación, visualización y redacción del borrador original.