

REPENSANDO LAS FAKE NEWS DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA

RETHINKING FAKE NEWS FROM THE POLITICAL ECONOMY

Mario González Arencibia ^P

Dagmaris Martínez Cardero [£]

- **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. A partir de esta preocupación, este artículo tiene como propósito, ofrecer un análisis sobre las Fake News desde el enfoque de la Economía Política, reconociendo que la causa más profunda del mismo es un reflejo de la agudización de la contradicción económica fundamental de este sistema. Para el desarrollo de la investigación se aplicó el análisis documental, a partir de que la información pertinente se encuentra en informes y artículos en diferentes medios, los cuales han sido analizados desde la perspectiva de la Economía Política, lo que permitió concluir, que las Fake News son expresión de los dilemas éticos con los cuales convive la realidad capitalista para preservarse como sistema social frente a las potencialidades reales de cambio hacia una sociedad alternativa a la actual.
- **PALABRAS CLAVES:** Fake News, Economía Política, desinformación, algoritmización, capitalismo.

^P Universidad de las Ciencias Informáticas, Habana, Cuba. Correo electrónico: mgarencibia@uci.cu.

[£] Universidad de las Ciencias Informáticas, Habana, Cuba. Correo electrónico: dagmarism@uci.cu.

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales, ISSN 2415-2250 (impresa)
ISSN 2521-960X (en línea), vol.6 n°1, 1-40, ene-jun 2021.*

- **ABSTRACT:** The question about false news or Fake News has become a viral concern in social networks because of the dangers it implies for the diverse social actors. In the face of this, the solutions proposed are varied, some place the focus on media education and others on the role of technology using artificial intelligence to detect this event and discriminate against it, with the limitation that it is not recognized, that this fact is consubstantial to capitalist relations of production. Based on this concern, the purpose of this article is to offer an analysis of the Fake News from the perspective of Political Economy, recognizing that the deepest cause of this is a reflection of the sharpening of the fundamental economic contradiction of this system. For the development of the research, documentary analysis was applied, since the pertinent information is found in reports and articles in different media, which have been analyzed from the perspective of Political Economy, which allowed us to conclude that Fake News are an expression of the ethical dilemmas with which capitalist reality coexists in order to preserve itself as a social system in the face of the real potential for change towards an alternative society to the current one.
- **KEY WORDS:** Fake News, Political Economy, disinformation, algorithmization, capitalism.

▪ Recepción: 02/11/2020

Aceptación: 02/03/2021

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. Dicho 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 (Wardle, C. & H. Derakhshan, 2017). 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. Según Informe de Gartner, se predice que para el 2022 el 50% de las noticias serán falsas, lo que se podría convertir en un hecho de mercantilización, por la razón de que haya que pagar por recibir información verdadera.

Del análisis bibliográfico se deriva que el enfoque predominante es el de las ciencias de la comunicación, observándose en su ámbito propuestas de soluciones momentáneas, como el de la alfabetización mediática consistente en la capacitación de los usuarios de la información para distinguir entre lo falso y lo real (Fernández-García, 2017). Otro enfoque es empleando la inteligencia artificial, visión que otorga el papel protagónico a las tecnologías, dejando en un segundo plano la capacidad de pensar del hombre (Barone, Dante, 2018).

Estos enfoques resultan proactivos en el enfrentamiento a los peligros de las Fake News. El primero coloca el énfasis en el rol de la educación, el segundo en la manera en que se podría emplear la tecnología mediante el uso de la inteligencia artificial para identificar el fenómeno y discriminarlos, sin embargo, la limitación está en que ambas soluciones se perciben en los marcos de los mecanismos de funcionamiento del capitalismo. Aquí la

pregunta pudiera ser: ¿Responden las Fake News a la naturaleza de las relaciones sociales de producción capitalistas? ¿Cuáles son las causas de la existencia de este fenómeno?

A partir de estas interrogantes, el propósito de este artículo, es ofrecer un análisis sobre las Fake News desde el enfoque de la Economía Política, de manera que ello 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. Un enfoque crítico desde esta ciencia social, con la responsabilidad cognoscitiva, metodológica, ideológica, y práctica que le amerita, podría abordar adecuadamente, el hecho de que el capitalismo depende de la ignorancia masiva para su supervivencia. 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 para salvaguardar su sistema de relaciones de producción.

2. METODOLOGÍA

La investigación está sustentada desde el paradigma cualitativo, observándose y analizando la literatura internacional sobre el tema, con la limitación de que su estudio desde la Economía Política, no es visible. Se aplicó el análisis documental a partir de que la información pertinente se encuentra en informes y artículos examinados desde la perspectiva de la Economía Política. Esto permitió, la identificación de los elementos categoriales existentes y, generar conocimiento para percibir que las causas más profundas de las Fake News está en las bases del sistema de relaciones de producción capitalistas.

3. RESULTADOS

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: (Lin, July 3, 2017). (Barone, 2018), (Carreño, 2019), (Haris Alibašić y Jonathan Rose, 2019), (Nelson, 2018), (Zules Acosta, 2019), (Elizalde, Rosa Miriam y Santander Molina, 2020).

1) Concebidas como un proceso, con un propósito claro y; 2) asumir fenoménicamente una apariencia de noticia real, metamorfoseando la

realidad, de forma fetichista; 3) La 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 Acosta, 2019), (Campan, y Cuzzocrea, 2017) concibiendo la intencionalidad, las clasifica de la manera siguiente: (Ver Cuadro No. 1)

Cuadro No. 1: Tipos de Fake News según su intencionalidad

Tipos de Fake News	Características
Click-Bait: (Ciberanzuelo)	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. Información sensacionalista, exagerada y tendenciosa pero proporcionada por fuentes generalmente fiables. Se vincula al uso de titulares engañosos, muy orientados a las redes sociales y a los anuncios por click.
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”.
Sesgo (bias):	Transmiten información descontextualizada y opiniones distorsionadas como hechos.
Teorías conspirativas:	Difunden teorías excéntricas sobre conspiraciones.
Noticias estatales:	Se aplica a países represivos en cuanto al acceso a la información.
Ciencia basura (fake science):	Difunden pseudociencia, metafísica o falacias naturalistas.
Generadoras de odio:	Fomentan el racismo, la homofobia y otras formas de discriminación.

Fuente: Elaborado sobre la base de: (Zules Acosta, 2019), (Campan, Cuzzocrea, 2017) y (Sebastián, et al, 2018).

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

1. Contenidos falsos humorísticos, donde al igual que (Campan, A. et, al, 2017) se fundamenta en que no pretende aparentar ser cierta, 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. Difunden rumores, chismes o informaciones no verificadas.

Se podría advertir del análisis del Cuadro No. 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, 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 estamos 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.

Fake News: contenido de la guerra de cuarta generación

Esta visión que hegemoniza la ciencia económica desde finales del primer tercio del siglo XX hasta la década de los años 70 se propone explicar el comportamiento económico de las sociedades que organizan su producción bajo un conjunto de relaciones específicas que conforman un sistema conocido como *capitalismo*, en el que, entre sus principales características, los medios de producción y la tierra se constituyen en capital, demandando así una alícuota del excedente socialmente generado de la que se apropian y usufructúan sus dueños y dueñas. El término tiene sus antecedentes en el año 1989, cuando el norteamericano William S. Lind en un artículo titulado: “El rostro cambiante de la guerra: hacia la cuarta generación” emite el contenido de lo que deberá ser el nuevo contexto y propósitos de conflictos

del escenario estadounidense hacia el mundo, esgrimiendo el rol de la guerra psicológica, mediante el empleo **de plataformas digitales, propagando noticias falsas y manipulando información distorsionada**. Proceso de guerra híbrida combinada con presiones económicas, políticas, golpes de Estado y la fuerza militar, bajo el propósito de priorizar tácticas de insurgencia locales y globales mediante la subversión ideológica y el terrorismo.

Herbert I. Schiller, desde la década del 90 del siglo XX, declaraba la existencia de un “Imperio Norteamericano Emergente”, caracterizando el mismo como un imperio con un mínimo de substancia moral. Desde entonces hace patente, la existencia de un activo y amplio consorcio de intereses empresariales, militares y gubernamentales que incluyen las industrias informáticas, de las Tecnologías de la Información y de Comunicación, avizorando que la percepción de este emergente imperio es la construcción de un mundo conducido por plataformas digitales (Schiller, (2006).

En el año 1993, el gobierno norteamericano establece las bases para el desarrollo de la Infraestructura de la Información Nacional (NII) (Chapman, y Rotenberg, 1993). Este hito histórico estuvo acompañado de un acelerado proceso de concentración y centralización del capital en el sector de las telecomunicaciones, asegurando las condiciones materiales, para el desarrollo de redes digitales con un impacto universal, bajo el principio de que no hay nación sobre la faz de la tierra a la que el imperio norteamericano no pueda llegar.

El resultado fue el perfeccionamiento y consolidación de la política imperial norteamericana, convirtiéndose en el emperador de internet e

imponiendo un modelo de conectividad subordinado a las leyes y a la lógica del mercado capitalista. Se crea así un ecosistema de colonización desde la algoritmización de las relaciones humanas, convirtiéndolas en datos, y por tanto, -según la metodología de Carlos Marx- en mercancías que producen valor, que desde su uso penetran la subjetividad humana hasta límites incalculables. En éste ámbito los datos por sí solos, no expresan nada, pero su integración en masas adquiere valor de uso excepcional y controversial, al responder a la lógica del mercado capitalista. Siendo esta la novedosa dominación imperial del mundo, en un escenario que está transitando intensamente desde la producción y comercio de bienes y servicios físicos hacia los servicios digitales.

De esta manera el nuevo escenario basado en la digitalización, ha intensificado las relaciones sociales a lo largo y ancho de todo el mundo uniendo localidades distintas y distantes, conformando un estado de globalización cultural más universal que el de las grandes empresas transnacionales del siglo XX. La idea es que si antes, crecían vínculos empresariales y gubernamentales alrededor de estas asociaciones monopolistas internacionales y entre las grandes potencias imperialistas, en la actualidad, prosperan estos, y se intensifica el incremento de nuevos usuarios, no sólo numéricamente, sino en alcance e impacto, bajo la lógica de una personalización masiva de personas de todo tipo e índole, con la particularidad de que quien impone los límites es el nuevo gran capital transnacional que domina el contexto digital. Por ejemplo, Facebook bajo su hegemonía define bajo sus condiciones cómo un cuarto de la población mundial gasta cerca de 50 millones de horas diarias (Wagner, y Molla, 2018).

Parcialmente, se puede plantear que el gobierno norteamericano ha estado construyendo bajo el poder de la revolución tecnológica de las

Tecnologías de la Información y las Comunicaciones un nuevo colonialismo, personalizado no sólo de empresas, gobiernos y países, sino de grandes masas poblaciones del planeta, creando las condiciones de su subordinación desde los artefactos digitales. Es desde esta variante de pensamiento que en el 2006 (Thomas Hammes, 2006:2), Coronel estadounidense presenta nuevos fundamentos de la guerra de cuarta generación planteando:

“Al contrario de las guerras anteriores no se pretende ganar derrotando a las fuerzas militares enemigas con armas convencionales, sino mediante las redes, con la finalidad de destruir la voluntad política de dirigentes que definen decisiones económicas, políticas e ideológicas a nivel de países y regiones”¹

Diez años después, el calificativo Fake News irrumpe con particular fuerza en el mercado de las ideas, en diciembre de 2016, -justo antes de las elecciones norteamericanas,- manejado en un artículo de la revista BuzzFeed News². En el mismo se informa sobre sitios web que estaban publicando artículos falsos -y en su mayoría- pro-Trump compartidos en los medios sociales. A partir de ello, Donald Trump se apoderó del término y comenzó a usarlo para etiquetar los informes que no eran coherentes con su línea política (Turk, Žiga, 2018).

El primer tweet de Trump donde menciona específicamente las "noticias falsas" apareció en diciembre de 2016. Al año siguiente (2017) Trump esgrimió la frase más de 160 veces, con esto se auto-otorga el poder de dar la imagen de que todo lo que él no etiqueta, es falso. De esta forma se

¹ Con esta declaración quedan planteadas las bases de la guerra híbrida que se fundamenta en el pensamiento del gobierno de Estados Unidos, con el propósito de deteriorar los sistemas sociales que no respondan a sus intereses económicos y políticos.

² (Craig, Silverman 2016).

erige como el dueño de la verdad, bajo el intento de dominar la sociedad desde sus creencias políticas e ideología. Según (Farhall, K. et, al, 2019, Trump³ manipula este calificativo como instrumento de poder, para quebrantar las preocupaciones sobre las noticias falsas durante la campaña electoral, y luego atacar y desacreditar, a los principales medios de comunicación y rivales políticos (Roozenbeek, 2018)

Trump desde que ocupa la presidencia en enero de 2017, asume el contenido de la guerra de cuarta generación, aplicándolo contra Cuba, Venezuela, Nicaragua, Bolivia y sobre todos aquellos países asociados a la izquierda latinoamericana y caribeña, bajo una práctica política cargada de amenazas, sanciones económicas e intentos de aislar a estos países del escenario internacional. De esta manera, construye su “superioridad moral” basada en un paquete de mentiras, engaños, presiones, confusiones de todo tipo e intensas distorsiones de la realidad. Todo ello expresión de fracturas, deterioro y crisis institucional del sistema político norteamericano.

A finales de 2017, la Comisión Europea, alentada por el trabajo del Parlamento Europeo se inició una consulta pública y creó un Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre noticias falsas y desinformación en línea. Su objetivo era "asesorar a la Comisión sobre el alcance de las noticias falsas, definir las funciones y responsabilidades de las partes interesadas pertinentes, captar la dimensión internacional, hacer balance de las posiciones en juego y formular recomendaciones". El grupo publicó su

³ En febrero de 2018, el presidente Donald Trump había tuiteado 181 veces sobre noticias falsas en los últimos 388 días, uno de sus términos más tuiteados, según el Trump Twitter Archive. Con ello invoca rutinariamente la frase "noticias falsas" como una herramienta retórica para socavar a sus oponentes, reunir su base política y desacreditar a los principales medios de comunicación estadounidenses que están investigando agresivamente su presidencia (Kalsnes, 2018).

informe en marzo de 2018, optando por abandonar el término "noticias falsas" y empleo del vocablo "desinformación". La definió como "toda forma de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promovida para causar intencionadamente daño público o con fines de lucro" (Turk, Žiga, 2018).

Fake News está coexistiendo en un momento, en el que la capacidad de los políticos y los partidarios del sistema capitalista norteamericano es cada vez mayor para tergiversar los hechos, convirtiéndose en una amenaza no sólo para la integridad del debate político, sino también para la salud de la sociedad mundial en general (Haris Alibašić y Jonathan Rose, 2019). De esto se deriva que las Fake News tienen como propósito subvertir la realidad objetiva alterando la verdad, con fines de ideológicos. La consecuencia de esta manipulación ha estado provocando conclusiones tan exageradas, como que se está asistiendo a la era de la post-verdad (Haris Alibašić y Jonathan Rose, 2019), cuyo propósito es demeritar la existencia de alternativas frente a la realidad difusa del capitalismo.

Novedad

Dos nuevos esfuerzos teóricos se asientan en el terreno de las ciencias económicas. Se puede inducir que la proliferación de Fake News, no es un hecho nuevo,⁴ 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 Tecnologías de

⁴ En el siglo VI d.C., Procopio de Cesárea (500-ca. 554 d.C.), el principal historiador de Bizancio, usó noticias falsas para difamar al Emperador Justiniano. Ver historia de las Fake News en: (Burkhardt, 2017). Otros criterios en: (Nelson, Jacob, 2018).

la Información y las Comunicaciones, mediante plataformas digitales que se expanden a lo largo y ancho de todo el planeta a través de las redes sociales (Herrera Cabello, (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 mundial⁵ 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 %. Internet World Stats (2019). 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 sólo 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

⁵ Por ciento de participación de la población en internet por regiones: 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 %. Internet World Stats (2019).

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, CH. y 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, K. et, al, 2019).

Sus caballos de troya

Sus caballos de troya están a la distancia de un click,⁶ valiéndose de las novedosas técnicas de la inteligencia artificial. Se reproducen a través de los sesgos negativos de la algoritmización⁷ 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

⁶ Con la creciente popularidad de los medios sociales y los teléfonos móviles, cada vez más personas consumen noticias de los medios sociales en lugar de los medios de comunicación tradicionales. Por lo tanto, los medios sociales han demostrado ser una fuente poderosa para la propagación de noticias falsas (Sadiku, M. et al, 2018).

⁷ (Fernández-García, 2017).

están los "ejércitos de trolls", versión humana de los bots, representada por mercenarios o cyber-activistas 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, 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 ciber-ataques 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,⁸ 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, Rosa Miriam y Santander Molina, 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 en el Cuadro No. 2 a continuación.

Cuadro No. 2: Evidencias de software norteamericanos con objetivos bélicos en el escenario digital

Software	Potencialidades
“Astroturfing”: ⁹ 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,

⁸ Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa (DARPA).

⁹ Para su construcción el Pentágono contrató a la firma de ciberseguridad HBGary Federal, una filial de la empresa HBGary que solo vende productos al gobierno de EEUU.

	páginas web y redes sociales. Su casi total acercamiento a la realidad hace difícil de distinguir entre un humano y un robot.
Computing World: ¹⁰ 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 camuflajearse.
	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 “10 identidades falsas (sock puppet) 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: Elaborado sobre la base de datos aportados por: (Elizalde, Rosa Miriam y Santander Molina, 2020).

Se aprecia del cuadro No. 2 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

¹⁰ El Mando Central de los Estados Unidos (CentCom), ubicado en la Base MacDill de la Fuerza Aérea (Tampa, Florida), publicó la licitación para que empresas privadas o contratistas del Pentágono suministraran el software Computing World.

Este es el último intento, hasta nuestros días, hecho por la teoría económica de acoplar un sistema conceptual o teórico con las relaciones económicas que articulan la actividad productiva y distributiva capitalista (Solow, 1997, p.51). 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, el mismo puede ser de naturaleza económica¹¹ e ideológica, siendo empleado desde el lado económico, para obtener dinero. Factor para acrecentar la obtención de un plusvalor que se transforma en plusvalía en las condiciones del capitalismo:

- 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).
- Desde Google AdSense se han explotado las posibilidades de los robots de publicidad automatizada para ganar dinero con historias inventadas (Edson C. Tandoc Jr., et al, 2018).
- Existen estudios¹² que demuestran 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 en el que las tecnologías dominadas por robot y las

¹¹ Cuanto más viral se vuelve una información, más dinero gana su emisor. Historias escandalosas y falsas se vuelven virales, proporcionando a los productores de contenido con clics que son convertibles a ingresos por publicidad (Edson C. Tandoc Jr., et al, 2018)

¹² (Burkhardt, 2017).

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.

- Por ejemplo, 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).
- 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).

También los 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. 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 monopolístico de internet

Una lectura relevante sobre el tema, es 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 dicha 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.

Es notorio la cantidad de dinero que están invirtiendo las principales potencias capitalistas, dígase Europa, Rusia, EEUU en el desarrollo de la inteligencia artificial con la finalidad de lograr ventaja competitiva (Villani Cedric et al, 2018). Lo que 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 Soriano, 2018).

Desde las tecnologías digitales también se han creado nuevos centros de poder, que favorecen la diseminación de Fake News, y que no sólo 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. Ello está determinado por el tipo de modelo de desarrollo predominante, el cual tiende a la concentración monopólica, que ya no sólo permite la intercomunicación, sino que dichas plataformas digitales se han transformado en un valioso mecanismo de retroalimentación e insumo de la economía digital.

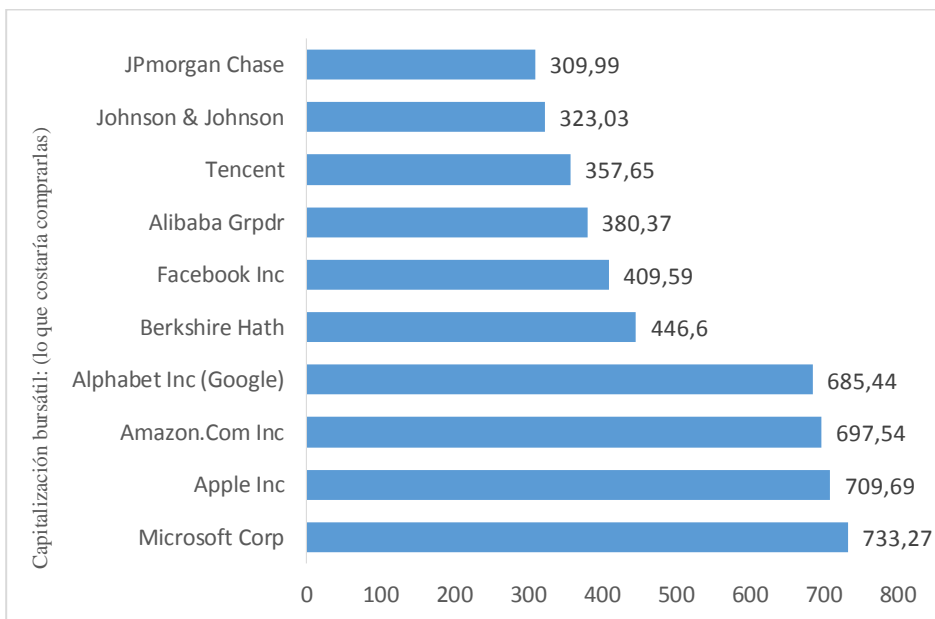
El corolario es que internet se ha convertido en el ecosistema nervioso central de la economía, la política, la información, el conocimiento, y la vida cultural y social a nivel mundial. La consecuencia es que aquellos que poseen el control de esta infraestructura, su sistema, sus datos, están teniendo el poder sobre la vida socio-política 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 E.E.U.U.. En el año 2019, E.E.U.U. contaba con 53 % de las empresas más grandes del mundo de un listado de 100, mientras que China¹³ y Reino Unido estaban en los puestos segundo y tercero con 11 y 9 compañías transnacionales respectivamente.¹⁴

¹³ En el Gráfico No. 1 sólo dos empresas son Chinas (Tencent y Alibaba Grpdr), el resto procede de E.E.U.U.

¹⁴ Empresas más grandes del mundo (2019).

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, es que 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 (2019), 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. (Ver gráfico No. 1)

Gráfico No. 1: Empresas más grandes del mundo 2019
(En miles de millones de euros)



Fuente: Elaborado sobre la base de datos de: Empresas más grandes del mundo (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, 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, según se observa en el gráfico No. 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.

La secuela es que el carácter cada vez más privado de apropiación de los resultados de la tecnología en condiciones de mercado, está orientada por los mecanismos de dominación de las grandes empresas transnacionales que tienen en sus manos los novedosos medios de información puestos en función de la mercantilización de los procesos sociales. Esto está alterando

las formas de vida de la sociedad, mediante el engaño y la manipulación de la información. Todo ello tiene su causa más profunda en las relaciones de propiedad de tipo capitalista y el sistema de leyes que la acompañan, dígase la ley de la plusvalía como su ley económica fundamental.

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. Para 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.

Ha sido notorio para el caso de Bolivia, 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 destabilizadoras de las grandes masas sociales. A todo ello 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 su petróleo y el agua, en Bolivia, el litio y los hidrocarburos. Buscan en latinoamérica y el caribe que 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 la democracia 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 200 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 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, Rosa Miriam (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)

Latinoamérica en términos de tráfico de Internet, 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 EEUU, 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 EEUU (Elizalde, Rosa Miriam, 2018). En este espacio de subordinación al imperio norteamericano por parte de la región, la soberanía nacional está limitada.

Corrupción moral y política versus 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 post-verdad, 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, lo que pretende es 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 inicialmente identificar de manera sucinta los factores que la benefician y afectan: (Ver cuadro No.3)

Cuadro No. 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	Crecimiento acelerado de las potencialidades de la ciencia y la

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

<p>a las fortalezas del sistema de algoritmos digitales de la tecnología del imperio.</p> <p>Inexistencia de una estrategia basada en un marco jurídico que minimice el control de EEUU en la región en relación al uso de las plataformas digitales, que garantice el tráfico de internet entre los países latinoamericanos y caribeños.</p>	<p>difusión de propaganda doméstica al público extranjero está expresamente permitida en Internet, incluidas las redes sociales.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la observación documental.

Del cuadro No. 3 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 propuestas a continuación:

- 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.
- Todo lo planteado pasa por la idea de 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.
- Se deberá preparar en función de las fuerzas de la izquierda el blanco de la propaganda imperial que es la juventud como nativos digitales de la región, lo que exige una mayor conexión con este segmento desde la izquierda, por lo que 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.

- Frente a las potencias en Inteligencia Artificial y Big Data y sus empresas, surge la necesidad de actuar en bloque de manera unida, 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.
- La situación exige 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.
- La región necesita de un contexto jurídico que garantice independencia tecnológica frente al capital norteamericano, 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.
- La idea es que las soluciones superan el debate tecno-científico y llegan a tener un alcance tecno-político, 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.

4. DISCUSIÓN

El estudio de la difusión de información falsa, en particular a través de los medios de comunicación social y en línea se ha convertido en un objeto significativo de investigación académica, particularmente en E.E.U.U. (Sin embargo, los análisis en la mayoría de los casos han estado sesgados por la

posición ideológica desde donde se desarrollan, limitando sus soluciones a los espacios del sistema capitalista, no estando presentes propuestas de cambios o alternativas radicales frente al sistema. En la literatura académica procedente de EEUU, no se reconoce a las Fake News, como parte de la guerra de cuarta generación, que se desarrolla en su gobierno. Es en esta dirección que el ejercicio de reflexión que aquí se realiza avanza con relación al análisis de las causas más profundas de las noticias falsas mediante el empleo de los fundamentos de la Economía Política, el comentario central es que la época actual está asistiendo a una crisis institucional de la realidad norteamericana, expresión de fragilidad y deterioro de su sistema político, que es reflejo de profundos dilemas éticos, nacidos de la agudización de la contradicción económica fundamental del capitalismo.

5. CONCLUSIONES

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 de generación de 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, basada 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, situando en peligro la credibilidad de personas, organizaciones, Estados y comunidades.

Estamos asistiendo ante la presencia de 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, 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 zombies, sin historia, sin cultura, sin ideologías, 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 lo que las Fake News, tienen un valor de uso que se manifiesta en el mercado de las ideas como valor, al ser reconocidos 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.

La intencionalidad política de las noticias falsas no es necesariamente excluyente del componente económico, los beneficios corren por cuenta de su tráfico, lo cual es un plusvalor que se auto-incrementa desde la concepción de la agenda política.

Las noticias falsas se están transformando en un instrumento estratégico, lo cual está determinado por el poder transnacional en el escenario económico, político, ideológico y social. El peligro de esto está, en

su inapropiado empleo para crear conflictos informativos, con la finalidad de desvirtuar al público objetivo del oponente, influyendo de manera diferente en su pensamiento mediante la captación de su atención.

En la práctica política e ideológica la manipulación de las noticias falsas han permitido modificar formas de pensamiento en el marco de la opinión pública, facilitando su control y aceptación del orden social que se desea establecer, uno de los resultados palpables ha sido la alteración de resultados electorales. Con ello desde el lado económico, también se han perturbado comportamientos de mercados y cotizaciones en la bolsa de valores produciendo crisis financieras.

Se puede concretar que concebidas en lo económico, las Fake News, son ideas previamente elaboradas para engañar, mediante historias que tienen como objetivo aumentar el número de lectores, propiciando su uso compartido en línea, y con ello mayores ingresos por clic en Internet. Todo indica que los métodos de conflictos y de lucha por perpetuar los escenarios de la dominación imperial de reparto económico y político del mundo, están siendo sofisticados, apelando a la supremacía por la vía de las ideas, creando incertidumbres en todos los sistemas sociales que no estén en coherencia con el sistema económico y político del gobierno de E.E.U.U.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barone, Dante 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 alatechsource.org November/December 2017.

- Campan, A. et, al (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). Cambridge Analytica y ejército de trolls: confirman la manipulación en las elecciones 2015. Canal Abierto, Argentina, 31 de julio de 2018. Disponible en: <http://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? Disponible en https://elpais.com/economia/2017/05/11/actualidad/1494515060_337873.html.
- Chapman, G y Rotenberg, M. (1993). The National Information Infrastructure: A Public Interest Opportunity, Computer Professionals For Social Responsibility, Vol 11, No. 2, Summer 1993.
- Craig, Silverman (2016). [How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News](#), BuzzFeed News, November 3, 2016.
- Edson C. Tandoc Jr., et al, (2018). Defining “Fake News”, Digital Journalism, 6:2, 137-153, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.
- Elizalde, Rosa Miriam (2018). Colonialismo 2.0 en América Latina y el Caribe: ¿Qué hacer? Disponible en: <https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2018/08/colonialismo-2-0-en-america-latina-y-el-caribe-que-hacer/>.
- Elizalde, Rosa Miriam y Santander Molina, P. (2020). Cinco preguntas sobre la operación del golpismo boliviano en Twitter. Informe realizado por Rosa Miriam Elizalde y Pedro Santander Molina para Mueve América Latina. Elaborado el 5 de enero de 2020.
- Empresas más grandes del mundo (2019). Según su [capitalización bursátil](#) en bolsa (lo que costaría comprarlas). 21 febrero, 2019. Disponible en: [file:///F:/best%20global%20digital%20world%20places/Empresas%](file:///F:/best%20global%20digital%20world%20places/Empresas%20mas%20grandes%20del%20mundo%202019.pdf)

20m%C3%A1s%20grandes%20del%20mundo%202019%20%20%20Economipedia.htm.

Farhall, K. et, al, (2019). Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms. *International Journal of Communication* 13(2019), 4353–4375 1932–8036/20190005 Copyright ©.

Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad* N^o-269, mayo-junio de 2017, ISSN: 0251-3552.

Figueira, A. Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Elsevier Procedia Computer Science*, n^o 121, pp. 817-825, 2017.

Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. Department of Philosophy, Literature, History of Science and Technology Technical University of Berlin. *Informal Logic*, Vol. 38, No.1 (2018).

Guía de Consumer Action (2017). Cómo reconocer y detener la desinformación. a: <https://complaints.consumer-action.org/forms/spanish-form> o 415-777-9635.

Haberer, J. (2018). Fake-News: alternative Fakten' oder strategische desinformation. Täuschungen Erlanger Universitätstage 2018 Herausgegeben von Rudolf Freiburg. FAU Forschungen, Reihe A, Geisteswissenschaften 14. DOI: 10.25593/978- 3- 96147- 222- 2.

Hammes, Thomas. (2006). *The Sling and the Stone on War in the Century*, Editorial Zenith Press, St, Paul, Minnesota.

Haris Alibašić & Jonathan Rose (2019). Fake News in Context: Truth and Untruths, *Public Integrity*, 21:5, 463-468, DOI: 10.1080/10999922.2019.1622359.

Herrera Cabello, 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”, 13(1), 138-158. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7246>.
- Hirst, M. (2017). The Political Economy of Communication 5(2), 82–94. © The Author 2017. Disponible en: <http://www.polecom.org>.
- Informe de Gartner (2020). En el 2022 consumiremos más noticias falsas que verdaderas. Disponible en: <https://www.nobbot.com/general/noticias-falsas-2022/>
- Internet World Stats (2019). Disponible en: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Ireton, CH. and Posetti, J. (2018). Journalism, ‘fake news’ & disinformation. Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO Series on Journalism Education. Published in 2018 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France. Disponible en: (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).
- Kalsnes, B. (2018). Journalism Studies, Media and Communication Policy. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.80.
- Lin, Tom C. W., (July 3, 2017). The New Market Manipulation Emory Law Journal, Vol. 66, p. 1253, 2017, Temple University Legal Studies Research Paper No. 2017-20. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=2996896>
- Minguell, J. (2019). Pequeña guía de la propaganda digital. Disponible en: <https://ctxt.es/es/20190320/Politica/24896/Jordi-Minguell-propaganda-microtargetting-automatizacion-bots-trolls-campana-electoral.htm>.
- Nelson, Jacob L. (2018). Is ‘fake news’ a fake problem?" Columbia Journalism Review. n.d. Web. 13 Apr. 2018.

<https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php> .

Ranking Forbes, (Diciembre del 2017). Disponible en <https://www.forbes.com/global2000/list/>

Roozenbeek, J. (2018). The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation. Manuscript accepted and in press at the Journal of Risk Research.

Sadiku, M. et al, (2018). Fake news and misinformation. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (IJASRE). E-ISSN : 2454-8006 Volume 4, Issue 5 May-2018. Disponible en: DOI: <http://dx.doi.org/10.31695/IJASRE.2018.32728>.

Schiller, H. (2006). Augurios de supremacía electrónica global. CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2006, vol. 11, 167-178.

Sebastián, C. et al, (2018). “Infomediación y posverdad: el papel de las bibliotecas”. El profesional de la información, v. 27, n. 4, eISSN: 1699-2407.

Torres Soriano, 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. Disponible en: <https://www.trecebits.com/2019/04/03/minuto-internet-infografia/>.

Turk, Žiga (2018). Technology as Enabler of Fake News and a Potential Tool to Combat It. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies Author: Dr. Žiga TURK, University of Ljubljana, Slovenia Directorate-General for Internal Policies PE 619.008- May 2018.

Villani Cedric et al. (2018). For a Meaningful Artificial Intelligence. Towards a French and European Strategy, Mission assigned by the Prime

Minister Édouard Philippe (2018), disponible en: https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/MissionVillani_Report_ENG-VF.pdf Fecha de la consulta 07.5.2018.

Wagner, K y Molla, R. (2018). “People spent 50 million hours less per day on Facebook last quarter”. Disponible en: <https://www.recode.net/2018/1/31/16956826/facebook-mark-zuckerberg-q4-earnings-2018-tax-bill-trump>.

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017). Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe. Available at <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>.

Zules Acosta, A. (2019). Construcción de un dataset de noticias para el entrenamiento y evaluación de clasificadores automatizados. Máster universitario en ciberseguridad. Tesis Final. Universidad Politécnica de Madrid.

Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales, ISSN 2415-2250 (impresa) ISSN 2521-960X (en línea), vol.6 n°1, 1-40, ene-jun 2021.