

Redes Sociales

y los Jóvenes: desafíos para la sociedad cubana

Social Networks and Young People: challenges for Cuban society

Recibido: 25/11/25

Aceptado: 13/01/25

Publicado: 13/03/25

Amanda Diago Quintero^{1*}

E-mail: diagoquintero@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0066-0352>

¹Ministerio del Interior. Cuba.

*Autor para correspondencia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Diago Quintero, A. (2025). Redes sociales y los jóvenes: desafíos para la sociedad cubana. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 10, e722. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd/article/view/722>

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo determinar los desafíos que tienen las redes sociales en la sociedad cubana, particularmente la influencia que ejercen en los jóvenes en términos de veracidad, diversidad y filtro de la información. A su vez, se valora el impacto de estos medios de interacción social en la percepción del mundo y en la toma de decisiones de esta generación conectada en red. La presente investigación constituye un estudio descriptivo y realiza una revisión bibliográfica documental sobre la temática.

Palabras clave:

Redes sociales, Juventud, Desinformación, Subversión ideológica.

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine the challenges of social networks in Cuban society, particularly the influence they exert on young people in terms of truthfulness, diversity and information filtering. At the same time, the impact of these means of social interaction in the perception of the world and in the decision making of this networked generation is assessed. This research is a descriptive study and carries out a documentary literature review on the subject.

Keywords:

Social Networks, Youth, Disinformation, Ideological subversion.

INTRODUCCIÓN

Desde hace más de veinte años, se vive un nuevo paradigma en materia de comunicación social, dado principalmente por la inmediatez y actualidad que proponen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Con la llegada de Internet, el usuario tiene un papel más activo, no solo recibe la información, sino que la modifica y tiene la capacidad de selección y jerarquización de contenidos (Fernández, 2020).

Dentro de este contexto, las redes sociales han revolucionado la forma en que las personas se mantienen informadas sobre los acontecimientos. Los jóvenes, en particular, han adoptado las redes sociales como una fuente primaria de información, lo que ha tenido un impacto significativo en su vida personal y profesional. A través de plataformas como X (antes, Twitter), Facebook e Instagram, la juventud puede acceder a noticias de última hora, obtener actualizaciones en tiempo real sobre una variedad de temas, conocer sobre una amplia gama de perspectivas y opiniones en línea, exponer sus criterios y cuestionar sus propias creencias.

Las redes sociales son formas de interacción social (Varona-Fernández y Hermosa-Peña, 2020) que permiten el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad, con el fin de relacionarse, compartir información y coordinar acciones. Una de sus principales características es que elimina las barreras no solo físicas, sino geográficas.

Sin embargo, la influencia de las redes sociales en los jóvenes no está exenta de desafíos (Sirgo-Lázaro, 2019; Yuste, 2015). La proliferación de noticias falsas y la desinformación en línea puede provocar confusión y dificultar su capacidad para separar los hechos de la ficción. Por consiguiente, es fundamental que los jóvenes desarrollen habilidades críticas para evaluar la veracidad de la información que encuentran en línea y buscar fuentes confiables de noticias.

A raíz de los avances científicos-técnicos que se han manifestado en Cuba desde finales del siglo XX, se ha logrado ampliar el alcance y acceso a Internet y a la multiplicidad de plataformas de información de la Web (Alonso-Falcón, 2020). De manera que las redes sociales también han tomado un auge significativo en el país, principalmente luego de la segunda década del siglo XXI. No obstante, comparado con otros países, estas tecnologías llegan atrasadas, por lo que la población cubana encuentra un nuevo mundo virtual del cual no tiene conocimiento. Su auge posibilita que los EEUU se inserten en el marco digital cubano con la intención de provocar estallidos sociales y promover el desorden público (Marrero-Tamayo et al., 2021).

En investigaciones realizadas por Ante et al. (2022) se destaca como un gran porcentaje de la población utiliza las redes sociales para manipular y tergiversar la realidad cubana con el objetivo de crear desconcierto e inseguridad. De manera que, resulta necesario la educación crítica y reflexiva de los jóvenes para garantizar que estén bien informados de la realidad actual. El fenómeno del analfabetismo audiovisual es una realidad palpable en la sociedad

y su uso masivo no lleva parejo un conocimiento previo de ellos (García et al., 2018).

El siguiente trabajo busca comprender cómo han influido las redes sociales en la juventud cubana, para determinar los desafíos que presentan en términos de veracidad, diversidad y filtro de la información, así como, su impacto en la percepción del mundo y la toma de decisiones.

MATERIALES Y MÉTODOS

Desde el punto de vista metodológico la presente investigación constituye un estudio descriptivo, de acuerdo con las clasificaciones ofrecidas por Hernández-Sampieri et al. (2014), debido a que se propone detallar el comportamiento de determinado fenómeno.

Para la obtención de los resultados de investigación, se emplea el método bibliográfico-documental y su técnica de revisión bibliográfica documental, el cual resultó clave para el detallado estudio de la literatura existente sobre el objeto de investigación. Se utilizaron artículos científicos, tesis y/o trabajos de investigación publicados entre los años 2013 y 2022, aunque se incluyeron dos textos comprendidos en los años 1997 y 2008 por la relevancia de la información. Los documentos encontrados fueron analizados según el título, tipo de estudio, instrumentos de medición, objetivos del estudio y sus conclusiones.

RESULTADOS-DISCUSIÓN

La influencia que ejercen los medios de comunicación como agentes de socialización se produce como consecuencia de una exposición acumulativa por parte del receptor a un sistema de mensajes estable y repetitivo en sus contenidos (Martínez-Casillas, 2022). En pocas palabras, la información aprendida de los medios, desde nuestra infancia, pueden convertirse con el paso del tiempo en la base de una opinión más amplia acerca del mundo. Encerrando una doble condición, la posibilidad de ser determinada por la sociedad y al mismo tiempo determinarla (Fernández, 2020).

En los inicios de este soporte tecnológico, la conocida como Web 1.0 solo permitía tener acceso a datos estadísticos y no admitía la interacción o intercambio de información, siendo unidireccional en la transmisión de información (Regalado-Miranda y Regalado-Miranda, 1997). Posteriormente, con el desarrollo de la Web 2.0 (los blogs y las redes sociales) surgió la interactividad dentro de la red, lo que propicio profundos cambios en los procesos comunicativos y de consumo. Las audiencias, antes consumidoras de información, se convierten a partir de este momento en usuarios activos que producen información (Fernández, 2020).

Redes sociales

Las redes sociales surgen luego de una crisis informática del año 2003, donde casi todas las empresas se declaraban en quiebra y cerraban sus portales a Internet por la falta de visitas. Por tanto, comienzan a surgir los primeros sitios de redes de amigos, los cuales se basaban en un grupo de iniciadores que invitaban a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo

podía traer consigo a muchos nuevos miembros (Pazmiño-Benavides, 2010).

El uso de las redes sociales provoca que los individuos se emancipen y desarrollen capacidades técnico-comunicacionales, cognitivas y valorativas a partir de su relación constante con otros usuarios de la red. También dota al usuario de mayor poder, sino para tomar las decisiones, por lo menos para hacer sentir su voz (Fernández, 2020). Además, tienen gran capacidad de convocatoria; un papel importante en la creación de algunos movimientos sociales.

Las redes sociales son una vía de expresión de opiniones e inquietudes. Ante una problemática social es utilizada como una forma de desahogarse y exponer sus criterios y hasta sus propias soluciones. Su poder influenciador provoca una multiplicación de opiniones, a modo de avalancha, que ocasiona movimientos sociales, tales como: huelgas o marchas (Garita-Quesada, 2020).

Esto, lo considera Fernández (2020) como opinión pública, que se da a partir de un conjunto de interacciones entre individuos, de disenso y consenso sobre temas de interés común. De ella se forman las opiniones de los sujetos, al mismo tiempo que son los sujetos quienes la forman. La opinión pública, al igual que la cultura, tiene también un fuerte componente axiológico porque de ella devienen acciones y fuerzas colectivas que inciden en la vida política de cualquier país.

Molina-Campoverde y Toledo-Naranjo (2014) detallan que el auge de las redes sociales es fruto de una necesidad basada en unificar fotos, mensajerías, videos e información que antes se encontraban de manera dispersa. Otro aspecto a tener en cuenta tiene más relación con lo económico que con lo social; puesto que representan un espacio de publicidad gratuita para pequeñas empresas o negocios. Su alcance posibilita que llegue a un gigante número de personas de manera mucho más veloz que antes, y con mayores resultados positivos.

El efecto de red, como lo nombra Molina-Campoverde y Toledo-Naranjo (2014), es otra característica que admite integrar un nuevo miembro y este nuevo miembro integra a otro miembro y así sucesivamente, otorgándole mayor expansión a la red. Por tanto, le da mayor visualización. Admite la colaboración entre los usuarios y potencia el intercambio, otorgándole la capacidad de seleccionar y jerarquizar los contenidos que desee el usuario (Fernández, 2020; García-Sans, 2008).

A través de la bibliografía revisada, se pudo determinar que las redes sociales más populares son Facebook, Instagram, TikTok, YouTube y en menor medida X (Twitter). De acuerdo con Molina-Campoverde y Toledo-Naranjo (2014) Facebook es una de las redes sociales más utilizada a nivel global y su éxito rotundo ha estado dado por gran interactividad que permite compartir imágenes y videos, crear grupos, y utilizar sus diversas aplicaciones.

Facebook comenzó como un sitio orientado a los jóvenes en ambientes universitarios y en la actualidad es utilizado para compartir fotos o vínculos con amigos, o publicar mensajes en la biografía de otra persona. Según Fernández (2020) su surgimiento fue un paso transcendental en las maneras

de interacción social a nivel mundial. La creación de blogs, la subida o etiquetados de fotos y videos, el servicio de mensajería, los enlaces e hipervínculos, son elementos que componen Facebook y que potencian su aceptación entre los internautas, pues en ella confluyen las herramientas más usadas por los usuarios de Internet.

Por otro lado, Instagram ha creado tendencia visual por la facilidad para compartir fotos con diferentes filtros que las hacen más agradables. Esta red social es una aplicación que se ha posicionado como una de las más fuertes y consiste en compartir fotografías con todos los contactos que se hayan agregado con anterioridad. Su sistema de *feed* con las últimas fotografías subidas, y la posibilidad de dar *like* o comentar fotos, potencian la participación en esta comunidad (Molina y Toledo, 2014).

En tanto, X (antes, Twitter) fue creada en 2006. Se trata de una plataforma que permite a sus usuarios enviar y recibir entradas de texto con la peculiaridad de que dispone de 140 caracteres como máximo, y estos mensajes son auto-denominados y conocidos como *repostear*. Esta red social se ha utilizado con la finalidad de estar en contacto con la realidad mediante el consumo de noticias puntuales y de gran repercusión (Molina-Campoverde y Toledo-Naranjo, 2014).

TikTok es una plataforma digital para la creación y edición de clips de videos cortos, que no comprenden más de un minuto de duración. Cuenta con una sección de mensajería que permite la comunicación entre usuarios, e incorpora una gran variedad de efectos creativos y de géneros musicales ante la posibilidad de agregar música a los videos. Según Bermejo (2021) esta plataforma constituye una forma de expresión diferente de los contenidos que se suben en red.

De manera general, Bermejo (2021) establece algunos criterios comunes para estas plataformas:

- Videos cortos: videos que se prolongan desde los 15 segundos hasta el minuto. Dentro del mismo se pueden incluir fotos y videos. Además de incorporar ediciones, efectos muy diversos y melodías musicales que lo hacen más interesante. Estos videos pueden ser comentados por otros usuarios, creándose de esta forma un canal de comunicación abierto y produciéndose un intercambio de opiniones y debates.
- Hashtags #: son etiquetas que clasifican la información, con el propósito de acceder de forma mucho más sencilla e instantánea al contenido buscado. Con las etiquetas el alcance de los videos es superior, provoca un mayor número de visualizaciones y llega a crear nuevas tendencias. La viralización de estas etiquetas posibilita identificar a un colectivo específico.
- Me gusta: permite dar a conocer cuánto han gustado los recursos visuales a los usuarios registrados. Cuantos más me gustas tenga un recurso, más se viraliza dentro de la Web.
- Buscador: posibilita encontrar a otros usuarios, sean amigos o no. También tiene un buscador especial para hashtags donde proporciona el número exacto de visualizaciones que permite conocer cómo es de usado el mismo.

- Mensaje privado: conversaciones en privado entre usuarios. Ofrecen un mayor contacto entre las personas para intercambiar informaciones y opiniones, pero de forma más reservada.
- Live vídeo o vídeos en directo: son grabaciones en vivo y en directo empleados para establecer una comunicación con los seguidores.
- Fotos: permite publicar fotos y editarlas para mejorar su calidad, al igual que se pueden comentar.

Para entender cómo circula la información a través de ellas, se deben tener en cuenta algunos aspectos. Al respecto Cerviño (2013) señala la visibilidad, que no es más que la información amplificada a través de conexiones. Mientras más se esté conectado, más posibilidad de recibir información y obtener soporte social cuando lo necesite. Otro aspecto a tener en cuenta es la reputación, definida como la valoración cualitativa que hace una persona a partir de las conexiones que tiene con otros. Dicho concepto se tiene en cuenta para valorar la credibilidad de la información (Cerviño, 2013).

Un tercer tipo es la popularidad. Cerviño (2013) manifiesta que mientras más personas estén conectadas a una página le da más visibilidad y reputación, logrando una capacidad de influencia más fuerte que otras páginas. El último aspecto es la autoridad, que es la influencia efectiva de un seguidor por sus seguidores, y por supuesto, está relacionada con la reputación alcanzada de una página en particular por sus miembros.

Estos aspectos hacen posible que pasen de ser una red social a ser una red informativa, es decir, el usuario se convierte en portavoz de una noticia o el creador de la misma (Garita-Quesada, 2020). De modo que, los canales unidireccionales de comunicación han desaparecido para dejar paso a una nueva forma de comunicación en la que el propio lector aporta sugerencias, difunde temas de interés, genera contenido y contribuye al desarrollo de las noticias que se publican.

Participación política en el espacio online

Se puede afirmar que el ciberespacio aumenta las posibilidades de participación política a través de una diversidad de posibilidades, entre las que se encuentran los debates públicos. Pero la participación política que se asumen en el espacio online no solo genera opinión pública nacional, sino, internacionaliza la opinión pública que se tiene de un proceso político, de un país, de un líder político o de las relaciones bilaterales y multilaterales que se dan entre los países (Fernández, 2020). Se erigen así, las redes sociales como espacios de socialización política y como medios alternativos que democratizan las imágenes de los países.

Por consiguiente, se aprecian sujetos que producen y reciben contenido. En ellas exponen una realidad, que en ocasiones puede dar lugar a una manipulación y dan discursos como los propios políticos y periodistas. De igual manera, muestran imágenes y argumentos que atraen al espectador, generando una falsa imagen de un país que puede afectar su proceso político.

Antes de la aparición del Internet, las informaciones periodísticas provenían de fuentes oficiales. En la actualidad todos tenemos acceso a Internet y la posibilidad de crear una noticia o mensaje con mayor facilidad. La sobreabundancia de información que hoy existe en ellas, da como resultado que las noticias se den como primicia en estos sitios web; informándose antes de que la situación sea dada a conocer en otros medios de comunicación masiva. Por otro lado, al no existir ninguna restricción con lo que se publica, la desinformación, parcialidad y subjetividad abundan en las redes sociales (Garita-Quesada, 2020).

Según Cerviño (2013), la novedad del periodismo digital cambia la relación entre los distintos tipos de fuentes, debido a que sus fuentes periodísticas pueden ser los mismos usuarios, siendo una arquitectura descentralizada. Mientras que las redes son una invaluable fuente de información, también pueden ser una forma de desinformación. En ocasiones se publican historias sin antes saber si la información es precisa y correcta.

Internet en Cuba

Las nuevas tecnologías ofrecen numerosos beneficios al país en función de las gestiones operativas y administrativas de la nación cubana. Por ende, desde la década del 90 del siglo pasado se han realizado varias acciones para poder lograr la conectividad a Internet, en aras del acceso pleno a todas las posibilidades de información que se brindan en cualquier parte del planeta, así como, establecer toda clase de comunicaciones interactivas por esta vía.

Para Cuba, estar conectados no solo significa acceder al patrimonio mundial de conocimientos, sino, representa un medio ideal para difundir la realidad nacional desde nuestras posiciones. A su vez, posibilita mostrar los avances científicos-tecnológicos y los resultados del proceso de recuperación económica, así como, dar a conocer la realidad sociopolítica y cultural de la Isla (Regalado-Miranda y Regalado-Miranda, 1997).

En su artículo, Ante et al. (2022) hace referencia que en el informe de *We Are Social* de 2014 Cuba no aparecía con registros en las redes sociales (Facebook no reportaba a sus usuarios cubanos). Sin embargo, en el 2016 este reporte destacaba que Cuba era el país de mayores crecimientos en las redes sociales con un 368% de incremento. En el 2017 se creció otro 25% y en el 2018 se añadieron otros 2 075 578 usuarios cubanos activos en las redes sociales. Estos datos apunta que Facebook sigue siendo la red más usada en el archipiélago, con un 59.3% promedio de los usuarios cubanos de redes sociales a lo largo de 2018.

No se debe dejar de reconocer, que la dirección del país, ha mostrado interés y voluntad política en informatizar a la sociedad, evidenciado en los Lineamientos 108, 122 y 272 de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución (Partido Comunista de Cuba, [PCC], 2021). Por su parte, el Proyecto del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el 2030 (Ministerio de Economía y Planificación, [MEP], 2019) hace alusión al objetivo de desarrollar y sostener la infraestructura de las telecomunicaciones a partir del desarrollo de inversiones que contribuyan a satisfacer

las necesidades de la sociedad, permitan lograr más eficiencia en todos los procesos y, por consiguiente, mayor generación de riquezas que aumentan la calidad de vida de los cubanos (Marrero-Tamayo et al., 2021).

Como resultado de esto, en el Informe Global Digital 2020 sobre tendencias digitales y redes sociales en todo el mundo se declara que están conectados a Internet 7.1 millones de cubanos, es decir el 63% de la población del país. En el mundo tienen conexión el 59% de los habitantes del planeta, por lo que por primera vez Cuba exhibe un índice de penetración superior al del mundo en su conjunto. El salto ha sido grande, antes nuestro país aparecía en la cola de las estadísticas de conectividad del mundo. Ahora el 51% poseen móviles con conexión a Internet, el 63% usan Internet y el 68% son usuarios de redes sociales (Alonso-Falcón, 2020).

Otro aspecto cardinal en el proceso de informatización es la conectividad de las instituciones, la que creció un 13.5%, alcanzando a más de 48 600 en todo el país. Por ello, sectores como la educación, la salud y el turismo ampliaron su conectividad. Hoy en día las universidades cubanas están conectadas por fibra óptica con incrementos significativos en su ancho de banda, mientras que 288 instalaciones de los Joven Club de Computación y Electrónica están también conectadas por fibra óptica (Fernández, 2020).

Estar abiertos a las nuevas tecnologías trae muchos beneficios, pero también se expone a que ocurran delitos informáticos que afecten la seguridad del pueblo cubano. Exponer información clasificada, distribución de virus informáticos, robo de información o de identidad, y acciones dirigidas a socavar el orden interno de la nación, constituyen algunos efectos nocivos. Esta política coadyuva a la guerra mediática existente de la cual forman parte las *fake news*, con miras a proyectar imágenes negativas del país y omitir los logros alcanzados tanto en el marco de la salud, como en la educación y otros sectores científicos-técnicos.

Redes sociales y jóvenes: interacciones múltiples

En investigaciones realizadas por García et al. (2018), se destaca que estos medios sociales se han convertido en espacios clave para compartir y recomendar noticias. Los jóvenes se informan a través de ella; de ahí que sea la primera fuente revisada, aunque señala que corroboran la información con los medios tradicionales. La mayor parte de jóvenes consumen noticias cuando las reciben en alguna página que revisan o por alguna sugerencia de otra aplicación, pero no necesariamente las buscan. Dedicándose poco a la lectura e interacción con el contenido periodístico, por lo que son más fáciles de manipular.

Ante et al. (2022) refiere que el mayor porcentaje de empleo de las redes sociales lo abarcan adolescentes y jóvenes con edades comprendidas entre 12 y 30 años de edad y es a ellos a quienes están dirigidos los mensajes. Para estas generaciones, los juegos en el ordenador, navegar por Internet, el uso de la telefonía móvil, enviar un email o mensajes SMS, constituyen elementos intrínsecos de sus vidas; tanto así, que es como si nacieran con las instrucciones de su uso.

La conexión no es una característica especial de ellos, sino más bien una manifestación que va en consonancia con el contexto social y cultural que les ha tocado vivir: la Sociedad de la Información y la Comunicación (Pazmiño-Benavides, 2010; Sánchez y Aranda, 2015). De ahí que, sean conocidos como Generación digital (Martínez-Casillas, 2022), debido a que han crecido rodeados de nuevos medios, que los utilizan en su día a día para comunicarse, formarse, entretenerse, y que representan el segmento de la población más activo en su uso; consiguiendo una pericia superior a la de sus progenitores, lo que les ha llevado a entender las redes digitales como una oportunidad y forma de vida.

Internet ofrece a los jóvenes un espacio de expresión de uno mismo y eso se ajusta muy bien a lo que los jóvenes necesitan, a su etapa evolutiva o ciclo vital. Según Sánchez y Aranda (2015), un correcto desarrollo psicosocial de la juventud depende de la calidad del desarrollo de la identidad, la intimidad y la sexualidad. Los jóvenes deben desarrollar un fuerte conocimiento de sí mismos, necesitan estar seguros de quiénes son y qué quieren llegar a ser. Sobre todo que desarrollen un cierto sentido de intimidad, necesitan adquirir habilidades que son importantes para formar, mantener e incluso concluir relaciones con los demás que les sean significativas.

De modo que las redes sociales les permiten desarrollar maneras de socialización adaptadas al nuevo escenario, el cual permite hacer públicas las relaciones personales y sus tipos. Esto, unido a la dinámica conexión, posibilita la colaboración y el intercambio, caracterizados por el modelo de vida mediático que amplía el sentido de identidad (Fernández, 2020). Al respecto, Varona-Fernández y Hermosa-Peña (2020) agregan que siempre que se establezcan relaciones sanas y seguras, puede ser una manera de superar la timidez, el aislamiento o la fobia social.

Por su parte, Fernández (2020) destaca que los jóvenes se sienten más atraídos por las redes sociales debido a que es una manera rápida y divertida de compartir sus gustos, ideas, juegos, experiencias, estudios, etc., con sus compañeros y amigos. Las redes sociales les permiten crear páginas personalizadas que contienen textos, imágenes, audios, videos, datos personales.

La red social más utilizada por los jóvenes es Instagram. Su uso permite la búsqueda de la identidad porque pueden contactar y comunicarse de manera constante con sus grupos de iguales. Esta red le facilita integrarse a personas semejantes que pueden entender sus pensamientos, ayudarles o servirles de apoyo, y proporcionarles consejo a la vez que relaciones de afecto y cariño. Del mismo modo facilita que sean sujetos activos y críticos con el contenido que reciben, seleccionando lo que quieren ver y proyectar a otras personas, siendo estos los que más se adecuen a sus preferencias (Sirgo-Lázaro, 2019).

Martínez-Casillas (2022) señala el impacto de la figura del *influencer* en la vida de los jóvenes, en vista de que están despertando interés a través de las redes sociales y en distintos grupos. Influyen a través de su carisma y en ocasiones emiten opiniones de productos o marcas que los promocionan. Estos perfiles cuentan con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en

redes sociales pueden llegar a ser movilizadores sociales. Los *influencers* tienen un poder social que queda reflejado en sus seguidores, y sus experiencias y gustos son tomados por el público casi como propios, aun tratándose de individuos anónimos que destacan por su «autocontrol y dinamismo» comunicativo.

La llegada de las tecnologías digitales y, sobre todo, de Internet ha contribuido a que los jóvenes se trasladen al entorno online en busca de una nueva forma de comunicarse y de entretenerse, pero también de consumir contenido periodístico. Yuste (2015) destaca en su investigación que los jóvenes consideran que los contenidos que ofrecen los periódicos y otros medios tradicionales no les resultan atractivos e interesantes o no conectan con sus necesidades.

La investigación de Catalina-García et al. (2015) señala que los jóvenes no realizan una búsqueda directa de la información, sino cuando algo le resulta interesante o de interés personal. Las principales noticias recibidas son mediante las plataformas de Facebook y otros medios independientes a los cuales siguen. Siendo tendencia el empleo de los medios sociales como herramienta informativa, lo que podría sugerir cambios, a diferentes niveles, tanto en la producción de información como en la recepción de la misma.

Varios estudios coinciden en que el grado de credibilidad que los jóvenes y adolescentes otorgan a las noticias online es alto. Resaltan que la reputación de la fuente, la aceptación social de la misma, la seguridad, el diseño de la web, si la información parece plausible, la confiabilidad, la honestidad, la veracidad y la precisión, son considerados como aspectos clave a la hora de fijar la credibilidad de la información en Internet. De donde se infiere que los jóvenes no se muestran preocupados por la credibilidad de Internet y no optan por un medio para estar informados.

Sobre estos criterios, Catalina-García et al. (2015) sostiene que existen tres enfoques que emplean los jóvenes para evaluar la veracidad, utilidad o confianza en la información. Por un lado, se encuentran los conocimientos previos que tienen de la información, el denominado prestigio de la fuente, y el tercer criterio está vinculado a la idea de «reiteración», es decir, la posibilidad de acceder a la misma información a través de diferentes fuentes. A esto habría que añadir la confianza que procede de las redes de iguales, amigos y conocidos.

Es evidente que influir sobre los jóvenes es el mayor interés que ha tenido la política de EE.UU. hacia Cuba en cada una de sus administraciones desde el triunfo de la Revolución Cubana. Por lo que hacia ese sector poblacional se han dirigido políticas subversivas para su manipulación. La causa de esta política reside en que la juventud influye en la construcción y proyección de la imagen de un país, y las redes sociales les brinda la posibilidad de interactuar entre ellos y con el resto del mundo desde la cotidianidad de sus vidas (Fernández, 2020).

Esta política es estratégica debido a que considera este sector poblacional como el presente y el futuro de la vida de la nación. De ahí, se derivan aspectos como la legitimidad que este sector poblacional otorga al sistema político

del país, sus niveles de seguridad, el grado de satisfacción social, personal y profesional (Fernández, 2020).

Las redes sociales que más se han usado para este tipo de ataques son: Facebook y Whatsapp; y en menor medida YouTube. Por lo que las acciones para contrarrestar esta guerra mediática deben estar dirigidas a estas plataformas. Aunque en nuestro país, se realizan acciones de carácter político-ideológico desde muy temprana edad en las escuelas, se deben fomentar en el espacio virtual.

CONCLUSIONES

Se ha demostrado los grandes esfuerzos del gobierno cubano para desarrollar una sociedad informatizada. Las estadísticas de los últimos años señalan el avance que ha tenido con el desarrollo de Internet, al punto que gran parte de la ciudadanía tiene acceso a este recurso digital. Por su parte, las redes sociales han tenido un crecimiento vertiginoso y son parte de la vida cotidiana al ser plataformas informativas, con la capacidad de generar, compartir y recibir noticias. Los ciudadanos se han convertido en portavoces de las noticias y es quien las crea; de ahí que pierdan relevancia los medios tradicionales de comunicación.

Plataformas como Facebook y YouTube han sido utilizadas para crear noticias falsas y dar imágenes negativas del país, que desorientan a la ciudadanía en aras de provocar una movilización social ajena a los ideales de la nación. En este sentido, la campaña subversiva contra Cuba ha dirigido sus principales acciones a los jóvenes, que son los que pasan más tiempo en las redes sociales y les dan credibilidad a las informaciones que ven en estas plataformas sin contrastarlas en los medios oficiales.

Cuba tiene un deber, y es educar a todos y todas sobre estas plataformas, sus usos y consecuencias.

Fomentar la educación mediática y la alfabetización digital entre los jóvenes permite fortalecer su capacidad de discernimiento y promueve una participación informada en la sociedad digital. Además, de brindarles las herramientas necesarias para identificar contenido fidedigno, cuestionar la desinformación y desarrollar un pensamiento crítico que les permita navegar de manera segura y ética en el vasto universo de las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso-Falcón, R. (2020, 5 de febrero). *Informe Global Digital 2020: Cuba por primera vez por encima de la media mundial de penetración de Internet*. Cubadebate. <https://shre.ink/bl8f>
- Ante, M., Pérez, Y., y Millán, J. (2022). Realidad de las redes sociales en Cuba, la educación primero. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 15(5), 99-109. <https://shre.ink/bl8g>
- Bermejo, E. (2021). *Impacto de la red social TikTok: influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19*. Universidad de Sevilla.

- Catalina-García, B., García, A., y Montes, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 601-619. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51402
- Cervino, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas* [tesis de maestría, Universidad Autónoma de Barcelona]. Depósito Digital de Documentos de la UAB. <https://ddd.uab.cat/reCORD/114825>
- Fernández, J. (2020). El uso de Internet y las redes sociales en la realidad contemporánea cubana. *Revista de Psicología DA UNESP*, 19(2). <https://doi.org/10.5935/1984-9044.20200024>
- García-Sans, A. (2008). Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook. *Re-Presentaciones*, 5, 48-63. <https://shre.ink/blDv>
- García, A., Tur-Viñes, V., y Pastor, Y. (2018). Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias. *Icono* 14, 16(1), 22-46. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1101>
- Garita-Quesada, M. (2016). Las redes sociales como instrumentos de poder: su influencia en la toma de decisiones. *Revista de Comunicación y Sociedad*, 25(2), 45-60. <https://shre.ink/blDU>
- Hernández-Sampieri, R., Batista, P., y Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)*. McGraw Hill.
- Marrero-Tamayo, A., Barrera-Santiesteban, A., y Velázquez-Peña, J. (2021). Acciones dirigidas al trabajo político-ideológico en el Centro Universitario Municipal Majibacoa, Las Tunas, desde las estrategias de informatización y comunicación. *Opuntia Brava*, 14(1), 1-9. <https://shre.ink/blDL>
- Martínez-Casillas, R. (2022). *Generación Z y redes sociales. Un consumo a estudio* [tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Uva Universidad de Valladolid Repositorio Documental. <https://shre.ink/blgY>
- Ministerio de Economía y Planificación. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el año 2030 (PNDES 2030)*. <https://shre.ink/DuC6>
- Molina-Campoverde, G., y Toledo-Naranjo, R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato* [tesis de grado, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional de la Universidad del Azuay. <https://shre.ink/blgi>
- Partido Comunista de Cuba. (2021). *Actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2021-2026*. <https://shre.ink/DCRV>
- Pazmiño-Benavides, P. (2010). *El impacto de las redes sociales y el Internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito* [tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://shre.ink/blg7>
- Regalado-Miranda, E., y Regalado-Miranda, E. (1997). Internet: La red de redes en Cuba. *Educación Médica Superior*, 11(1). <https://shre.ink/blgq>
- Sánchez, J., y Aranda, D. (2015). El impacto de lo digital en la comunicación y las relaciones de los adolescentes. En, *Las nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educar saludablemente en una sociedad digital*. Faros Sant Joan de Deu.
- Sirgo-Lázaro, S. (2019). *Percepción y usos de las redes sociales entre los adolescentes. Una aproximación a través de Instagram* [tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Uva Universidad de Valladolid Repositorio Documental. <https://shre.ink/blgt>
- Varona-Fernández, M., y Hermosa-Peña, R. (2020). Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes. *RqR Enfermería Comunitaria*, 8(2), 18-30. <https://shre.ink/blgl>
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, (108), 179-191. <https://shre.ink/blgB>