

Auge y declive

del escuadrón tuitero
del Estado venezolano
en tiempos de COVID-19



EsPaja.com
Transparencia Venezuela
Medianálisis
PROBOX

Autores
Cristina González
Rodolfo Rico

Coordinación y edición
Víctor Amaya

AUGE Y DECLIVE DEL ESCUADRÓN TUITERO DEL ESTADO VENEZOLANO EN TIEMPOS DE COVID-19
Edición ©Transparencia Venezuela - 2021

El contenido de esta obra puede ser citado y difundido por cualquier medio, siempre que sea sin fines comerciales.

Agradecemos citar la fuente.

«La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Transparencia Venezuela y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».

Transparencia Venezuela

Av. Andrés Bello con 1era transversal de Los Palos Grandes, Edif. Multicentro Empresarial Los Palos Grandes, piso 6. Chacao. Caracas. Venezuela

Tlf: 212-286.24.10 / 286.49.47

Presentación 4

El dominio de la nueva plaza pública

Víctor Amaya - Director EsPaja.com

Capítulo I

El tránsito a la conversación digital 8

- Adiós a las alternativas
- Una nueva audiencia

Capítulo II

El auge ficticio de la versión oficial 13

- Una guerra que se libra digital
- Goliat con teclado
- De la pandemia a la política

Capítulo III

Una bomba de tiempo en Twitter 22

- Tuiteros a sueldo
- La verdadera Twitter Police

Capítulo IV

De la narrativa revolucionaria a la desinformación 28

Epílogo 31

Internet libre y protesta digital

Mariví Marín Vázquez - Directora de ProBox

El dominio de la nueva plaza pública

Víctor Amaya - Director EsPaja.com

Venezuela vive una vorágine casi constante. Una situación económica tirante, en medio de condiciones sociales precarias, una Emergencia Humanitaria Compleja agravada por la pandemia del coronavirus y, además, un gobierno de rasgos antidemocráticos. Ocurre en un país que se ha ido quedando desconectado, no solo en materia de navegación web y sistemas de telecomunicaciones, sino en formación de tejido social y comunitario, potenciado además por la precarización del ecosistema de medios de comunicación, que abre el espacio para que la desinformación actúe, interesadamente o no.

Teóricos como Teun van Dijk, Adolph Klumpp o Gabriel Galdón han centrado sus esfuerzos en demostrar que, para que ocurra un efecto desinformativo, es necesario que el emisor tenga acceso preferencial al discurso público -refiere Luis Romero Rodríguez en el documento *Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformation* de la Universidad San Martín de Porres de Perú¹-. En un país donde el ecosistema de medios de comunicación y el acceso a fuentes informativas está tan precarizado, se abona el terreno para que la desinformación se imponga.

El Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) registra que al menos 67 medios de comunicación impresos han desaparecido desde 2014 en Venezuela, 28 de ellos cerraron de forma definitiva². Una erosión que comenzó en 2007 con la salida del aire del canal Radio Caracas Televisión (RCTV) y que se confirmó en 2009 con el cierre de 49 emisoras de radio en todo el territorio, así como la censura a medios internacionales y páginas web locales a partir de 2014. Prácticas que se han convertido en habituales.

El tejido social alrededor de la información fue sustituido en Venezuela por las conexiones virtuales de las redes sociales que fueron ganando espacio por su inmediatez, libertad y horizontalidad. Mientras en otras sociedades se convirtieron en ventanas para la reacción a las noticias, en esta pasaron a ser también vitrinas de ellas.

Pero en tiempos de hegemonía comunicacional no hay posibilidad de que existan espacios sin algún tipo de control. En una entrevista que dio el exministro de información de Hugo Chávez, Andrés Izarra, al diario El Universal de Caracas, y que ya no puede ser encontrada en su sitio web, decía que "la hegemonía comunicacional yo la lancé como una reflexión en el marco de la construcción del socialismo y lo dije en el sentido gramsciano. Gramsci no habla de hegemonía como lo están haciendo estos intelectuales de derecha, que lo quieren hacer ver como una imposición, como una dictadura, como una coacción sobre la pluralidad, sobre la libertad de disentir, en lo absoluto".

Antonio Gramsci proponía la construcción de una "nueva hegemonía" donde el nuevo príncipe, "el partido", es central como así también la actividad política de los intelectuales orgánicos para cimentar ideología y develar situaciones, refiere Natalia Albarez Gómez³.

1 Luis Romero Rodríguez. *Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformation*. 2013. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4739767.pdf>

2 IPYS. Periodismo en recesión. <https://ipysvenezuela.org/2019/05/02/periodismo-en-recesion-dia-mundial-de-la-libertad-de-prensa/>

3 Natalia Albarez Gómez. *El concepto de Hegemonía en Gramsci: Una propuesta para el análisis y la acción política*. Revista Estudios Sociales Contemporáneos, 2016. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/9093/08-albarez-esc15-2017.pdf

Si el pensamiento de Gramsci es “un nuevo capítulo del leninismo”, como afirmaba Palmiro Togliatti, es lógico pensar que sus fundamentos siguen enraizados en la visión docente y largoplacista de la acción política, con un particular control desde el Estado.

De esta manera, lo que se creían eran espacios de libertad pasaron a ser terrenos de dominación. En 2013 Nicolás Maduro llamó a crear un “Twitter bolivariano”, y conducir a la sociedad al uso de unas redes alternativas a las masivas, como ya ocurre en China. Dos años más tarde nació la “Red Patria”, con plataformas equivalentes a las conocidas: “Nido” funcionaba como Facebook, “Colibrí” como Whatsapp y “Cardenalito” hacía las veces de Twitter.

Tales alternativas, creadas bajo software libre y con gran despliegue publicitario y financiero gubernamental, no prosperaron. Entretanto, el sistema de comunicación pública se proponía dominar la conversación digital en las redes sociales más usadas, particularmente luego de la derrota electoral de 2015, y siendo Twitter la de mayor penetración en Venezuela.

En 2017 se conoció de un manual de acción de un “ejército de trolls” de la revolución bolivariana, que articulaba esfuerzos de la administración pública⁴. Ese “ejército digital” distribuye en escuadra, pelotón, compañía, batallón y brigada las acciones de los trolls, personas dedicadas a emitir burlas, engaños e insultos a través de la web con el propósito de obstaculizar, bloquear, desvirtuar y opacar a personas o hechos; así como de minar el ambiente digital con informaciones ambiguas y no verificadas. Se mencionan incluso a los denominados “flames” como aquellos que serán los “incitadores y creadores de falsos positivos para confundir a la oposición”.

En 2019, la Universidad de Oxford publicó el informe *Orden Mundial de la Desinformación. Inventario Global 2019 de la Manipulación Organizada en Redes Sociales*, en el cual se detalla que Venezuela es uno de los países en los cuales se ha detectado acción organizada desde el poder gubernamental para desinformar.

En el caso venezolano, confirma que entre las estrategias aplicadas está la creación de desinformación o contenido manipulado, como en China o Vietnam, empleando a grandes grupos de personas contratadas por el Estado que modelan la opinión pública y supervisan el discurso público a través de los distintos canales online.

La “revolución bolivariana” libra una batalla por el control social y hasta cultural de la sociedad, dispuesta como se ha mostrado a dominar los espacios de encuentro. En esta segunda década del siglo, y más aún en tiempos de pandemia y cuarentenas, esos lugares son digitales.

4 Proyecto de Formación del ejército de trolls de la revolución bolivariana para enfrentar guerra mediática
https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/data/Ejercito_De_Trolls_Venezuela.pdf



Dice Julia Alicia Olmo y Romero⁵ que la revolución digital ha hecho que se produzcan más noticias que nunca, que se difunden a mayor escala, impulsadas por nuevas infraestructuras, nuevas prácticas comunicativas y comportamiento social cambiante. En ese contexto, la falsedad contamina todas las esferas de la vida. “Y, cuando la falsedad se vuelve más sutil, más compleja, ha sido creada con una intencionalidad táctica, responde a una estrategia y persigue objetivos, es cuando podemos hablar de desinformación”, dice el escrito del Instituto Elcano.

En Venezuela, además, alrededor de 70% de la población confía en la social media y aplicaciones de mensajería para obtener información sobre la política nacional, según datos de una encuesta realizada por More Consulting en mayo de 2017. De allí que el oficialismo en Venezuela haya tomado las redes sociales como el campo perfecto para desinformar, según Iria Puyosa⁶. No es casual que allí se quieran impulsar mensajes de articulación política.

EsPaja.com, un proyecto de periodismo de verificación de datos y fact-checking impulsado por Transparencia Venezuela con apoyo de la Unión Europea, se ha propuesto desde su nacimiento en 2019 combatir la desinformación. Para ello es necesario no solo pasar por el tamiz de la duda las afirmaciones de personalidades públicas, funcionarios o no, y “cazar” las informaciones potencialmente falsas que se distribuyen masivamente entre venezolanos, sino también explorar el fondo del asunto.

Esta investigación aborda los alcances del dominio oficial sobre la conversación en redes sociales, particularmente en Twitter, al margen de las reglas permitidas por la plataforma; así como el impacto de tal acción coordinada. De igual forma, logra adentrarse en las entrañas de la organización que aprovecha dineros públicos para impulsar narrativas interesadas, esas que defienden a figuras cuestionadas como Álex Saab, convirtiéndolo en emblema de la lucha antiimperialista y obviando las manchas de su historia económica; o que ayudaron a construir una narrativa heroica de la acción gubernamental frente a la emergencia por COVID-19.

En *La revolución como espectáculo* (2006), Colette Capriles apunta que uno de los rasgos más obvios del gobierno de Hugo Chávez fue la creación de infinitos espacios de enunciación. Y Alberto Barrera Tyszka ha escrito que en lo único que el gobierno venezolano no es incapaz es justamente en el manejo de sus medios de comunicación. “Venezuela es un país que se quedó sin verdad”, apuntó el también autor de *Patria o muerte* (2016) más tarde durante una conferencia en Medellín en el marco del Festival Gabriel García Márquez de Periodismo, en 2017.

5 Julia Olmo y Romero. *Desinformación: concepto y perspectivas*. Real Instituto Elcano, 2019. http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectivas

6 TalCual. *Tropa virtual de Maduro bombardea las redes para desinformar*. <https://talcualdigital.com/tropa-virtual-de-maduro-bombardea-las-redes-para-desinformar/>



“El chavista es el primer gobierno del país que comprende la importancia capital de las comunicaciones para modelar sociedades, y es una lástima que haya aplicado esa comprensión a la causa equivocada”. La frase es del investigador venezolano Antonio Pasquali, citado por el académico Marcelino Bisbal en el discurso que debía dar el 27 de junio de 2017 como orador de orden de la sesión especial de la Asamblea Nacional con motivo del Día del Periodista. Aquella ocasión debió ser suspendida por el asalto violento que se vivió en la sede del Poder Legislativo.

Si las redes sociales son otro campo de batalla, el oficialismo ha constituido su ejército y pertrechos para combatir en ellas, bien sea con escritos e imágenes en Twitter o con videos pensados hasta para TikTok⁷.

El tránsito a la CONVERSACIÓN DIGITAL

8 Capítulo I

Al cierre de 2020, el 22 de diciembre, el Ministerio de la Cultura realizó una videoconferencia para dar a conocer el libro *La batalla comunicacional. Defensa, ataque y contraataque en América Latina*⁸, escrito por el periodista chileno Pedro Santander. El ministro de Cultura Ernesto Villegas celebró la asistencia virtual de altos cargos de la Fuerza Armada Nacional, rectores de universidades, comunicadores y militantes del partido de gobierno.

El libro sistematiza y propone distintas estrategias comunicacionales para la izquierda latinoamericana, a partir de la metáfora bélica. “Está muy inspirado por lo que yo denomino el pensamiento comunicacional del comandante Hugo Chávez. Y una de las grandes lecciones de ese pensamiento es que esto es batalla, esto es guerra, que podemos vencer si es que entendemos que esto tiene que hacerse articulada y sistemáticamente”, destacó el autor y periodista chileno Pedro Santander, en un video de presentación.

Así mismo lo practicó el Estado entre 2020 y 2021.

Los resultados de este tipo de coordinación ejercida por el gobierno venezolano lograron elevar, hasta imponer, la narrativa oficial en el terreno digital durante el primer año de la pandemia por COVID-19, específicamente en la red social Twitter.

El observatorio ProBox, aliado en la elaboración de este reporte, precisó 2.548 tendencias políticas y sociales registradas en Twitter Venezuela, entre enero de 2020 y marzo de 2021. De éstas, el oficialismo dominó la conversación con

980 tendencias. La gran mayoría de sus mensajes mostraron un comportamiento robotizado.

Era la continuación de un largo camino —de defensas, ataques y contraataques comunicacionales, que ahora imparten a autoridades del Estado— emprendido hace una década por el gobierno.

—Mira, de todos modos yo les recomiendo estar muy atentos a esa página después de la medianoche ¿no? Porque ahí es que yo me desato pues —dijo Hugo Chávez en Consejo de Ministros, el 27 de abril de 2010.

Esa noche aparecería la cuenta de Twitter [@Chavezcandanga](#), desde la cual escribía Chavez y que era supervisada por un equipo de personas que canalizaba las peticiones que la gente hacía al mencionarla. Era Chávez siendo de nuevo conserje, como lo calificó Fidel Castro en su momento. Pero era también un paso adelante en la hegemonía comunicacional. Un cambio de timón en el que el chavismo pasaba de renegar las redes sociales a hacer un llamado a coparlas.

En este punto ya se habían promovido canales de televisión y emisoras comunitarias como portavoces de la narrativa oficial, diversificando los tentáculos de la propaganda oficial más allá del canal estatal Venezolana de Televisión y la Radio Nacional de Venezuela en sus cuatro circuitos nacionales. Existía Vive TV (fundada en 2002), Telesur (2005), ANTV y Ávila TV (2006), se le había retirado la concesión de la señal a RCTV (y creado TVES, 2007) y en lo político ya Chávez había presentado su propuesta del socialismo

8 Pedro Santander: La batalla comunicacional. Defensa, ataque y contraataque en América Latina. Editorial El Perro y la Rana.



de siglo XXI y su intención de cambiar la Constitución para definir desde allí a Venezuela como socialista. Perdió el referendo constitucional, pero ganaría las elecciones que le garantizarían su periodo presidencial hasta los comicios de 2012.

Entre los años 2000 y 2009 hubo un cambio de 180 grados en la política pública sobre Internet en Venezuela. En los inicios de su gobierno, Hugo Chávez firmó un decreto que consideraba a Internet como prioritario: “se declara el acceso y uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela”.

En tanto que en 2009, en el artículo 2 del decreto 6.649 dice en primer lugar que queda prohibido: “La adquisición de servicios de telefonía celular y de discado directo internacional, así como el uso de Internet”; por ser considerado un gasto suntuario y superfluo. En el camino la declaración del chavismo como una ideología socialista y la llamada hegemonía comunicacional de inspiración gramsciana.

Más adelante llegaría la incorporación al “Plan de la patria 2013-2019”, la propuesta de gobierno del mandatario para su segunda reelección, del llamado a “conformar un nuevo orden comunicacional del Sur” y el objetivo de “llevar a niveles no vitales la conexión de Venezuela con las redes de comunicación e información dominadas por las potencias neocoloniales”⁹.

Ese mismo año 2009 Chávez ordenó cerrar 34 emisoras de radio¹⁰, con el argumento de que en Venezuela existía un latifundio comunicacional. La razzia constituyó un hito que alertó a propietarios de radios, promovió miedo y autocensura, y se fue repitiendo desde entonces con consecuentes salidas del aire de emisoras así como la operación de la mayoría de ellas a pesar de no tener concesiones vigentes por decisión oficial: podían ser acusadas de operar ilegalmente en cualquier momento.

Para 2010 cuando Chávez lanzó su cuenta [@chavezcandanga](#) en Twitter, también el gobierno venezolano lo había intentado con medios impresos. Con un primer *Correo del Presidente* (1999), con un *Correo del Orinoco* que sobrevive hasta hoy, y un *Ciudad CCS* (ambos 2009). Este último posteriormente se convertiría en un formato replicado en distintas ciudades del país.

Ya el mandatario había acostumbrado a sus seguidores a sus programas dominicales de radio primero y televisión después, y sus extendidas cadenas de radio y televisión. Pero después de que Chávez falleció tras ganar su tercera elección, y el proyecto de revolución, sin su principal cuentacuentos, reforzó una estrategia de represión a la libertad de expresión contra aquellos mensajes que cuestionaban la versión oficial.

9 Espacio Público: Plan de la Patria tiene elementos contra la libertad de expresión. <http://espaciopublico.org/2013-12-10-21-26-34/>

10 El País: Chávez cierra 34 emisoras de radio venezolanas críticas con su política. https://elpais.com/diario/2009/08/02/internacional/1249164003_850215.html



Adiós a las alternativas

Un punto de quiebre para el ecosistema comunicacional venezolano fue el cambio de propiedad de medios de comunicación. La organización no gubernamental Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) Venezuela documentó en 2015 las operaciones de compra-venta, bajo condiciones de presión y opacidad, de al menos 25 medios de comunicación de distintos formatos — impresos, radio, televisión— en nueve estados del país: Amazonas, Anzoátegui, Barinas, Bolívar, Carabobo, Distrito Capital, Mérida, Monagas y Zulia¹¹.

La investigación reveló evidencias de que las líneas editoriales cambiaron tras la venta y que se impuso una dinámica de censura contra periodistas críticos a la gestión de gobierno del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), fundado por Chávez y después liderado por Nicolás Maduro, su sucesor en el cargo como presidente de Venezuela.

Los medios de comunicación tradicionales, además, han estado expuestos a las decisiones discrecionales de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) para el otorgamiento y renovación de concesiones radioeléctricas.

Durante 2017, año de masivas protestas de calle en contra del gobierno de Maduro, Conatel interrumpió la transmisión de al menos 40 emisoras de radio, por presuntas irregularidades administrativas. Sin embargo, una investigación de IPYS Venezuela registró un patrón de silencio administrativo por parte del ente regulador de las telecomunicaciones, ante los trámites formales realizados por las emisoras. La falta de claridad en los criterios y procedimientos de Conatel sumió a la radio venezolana en la ilegalidad y la censura¹².

El periodismo impreso, por su parte, mermó progresivamente debido a las restricciones de los medios para adquirir papel. Las bobinas de papel periódico habían quedado excluidas de las listas de bienes de importación prioritarios para la nación desde 2012, por resolución del Ministerio de Planificación y Finanzas. Esto supuso una mayor burocracia para la obtención del material: los dueños de los medios debían solicitar un Certificado de No Producción Nacional, o de Producción Nacional Insuficiente, ante el Ministerio de Industrias, para luego pedir divisas a la Comisión de Administración de Divisas (Cadivi) para poder hacer la importación, en tiempos de control cambiario en Venezuela.

Las limitaciones y retrasos en los trámites redujeron las reservas de papel de los diarios, que circularon con cada vez menos páginas, hasta desaparecer por completo de los kioscos. Las medidas oficiales se encaminaron al monopolio de la importación, encargada al estatal Complejo



11 IPYS: Propietarios de la censura en Venezuela. <https://ipysvenezuela.org/propietariosdelacensura/>

12 IPYS: Emisoras en vilo. <https://ipysvenezuela.org/emisoras-en-vilo/>

Editorial Alfredo Maneiro, lo cual agudizó el problema para medios independientes y críticos del gobierno.



Una nueva audiencia

La crisis nacional de la prensa, la radio y la televisión, junto al auge del Internet, llevó al periodismo venezolano a migrar a plataformas digitales y a redirigir la confianza de sus audiencias hacia los nuevos formatos de consumo informativo.

Comprender a los usuarios de Internet en Venezuela se volvió una necesidad indiscutible, y algunas investigaciones lo han indagado. La investigadora Iria Puyosa, especializada en comunicación política, redes sociales y desinformación, definió en 2012 cuatro conglomerados de consumidores en su trabajo *Conectados versus mediáticos. ¿Politizados o Despolitizados?*¹³.

El hallazgo para ese entonces fue que Venezuela estaba dividida entre los

politizados mediáticos, mayormente afines al chavismo; los politizados conectados, afines a la oposición; los despolitizados mediáticos (no hay diferencias significativas en sus posiciones políticas); y los despolitizados conectados, con predominio de anti-partidos. Esta investigación también detectó que la variable educativa era relevante. A mayor educación, más tendencia a conectarse por Internet.

Más recientemente, en 2019, el reconocido reporte de Tendencias Digitales caracterizó la penetración del Internet en Venezuela como creciente: pasó de 59% a 65%, luego de varios años de crecimiento lento. Venezuela se ubica en el puesto 14 del ranking de 20 países y tres puntos por debajo del promedio de penetración. Por comparar: en el citado trabajo de la profesora Puyosa de 2012, 40% de los encuestados había afirmado no usar Internet¹⁴.

Según ese mismo reporte, los mayores usos del Internet venezolano son correo electrónico, operaciones bancarias, buscar información, redes sociales y noticias.

El consumo bancario y de páginas webs gubernamentales supera el promedio de la región. Un ejemplo claro de esto es la página web de Patria.org.ve, la primera con más tráfico del sector financiero, según el ranking de SimilarWeb, y la cuarta del país. Patria.org.ve, con sus 28 millones de visitas mensuales, es clave, como veremos más adelante, en el sistema de desinformación creado por el Gobierno nacional¹⁵.

13 Iria Puyosa: *Conectados versus mediáticos ¿Politizados o Despolitizados?* Universidad de Los Andes, 2012. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/3524>

14 *Tendencias Digitales: Penetración y usos de internet en Venezuela.* 2019. <https://tendenciasdigitales.com/reportes/penetracion-y-usos-de-internet-en-venezuela/>

15 SimilarWeb: <https://www.similarweb.com/website/patria.org.ve/>

Dos estudios del año 2020 ofrecen también una aproximación sobre cómo los venezolanos se informan por Internet.

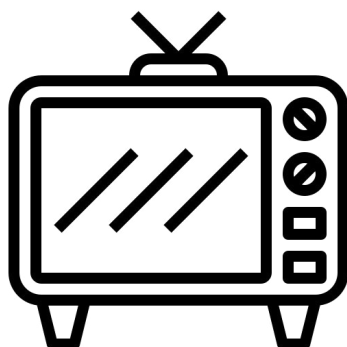
Uno de ellos es una encuesta sobre consumo de desinformación en Venezuela, llevada a cabo por la empresa More Consulting para un proyecto de la Universidad de Navarra y la organización no gubernamental Transparencia Venezuela. El estudio *El fenómeno de la desinformación digital en el contexto venezolano*¹⁶ estuvo bajo la conducción de los investigadores Carmen Beatriz Fernández, Javier Serrano Puche y Jordi Rodríguez-Virgili. Encontraron que la polarización sigue estando presente en el consumo de información:

Mientras que en 2012 50% de los venezolanos mayores de edad declaraba ser usuario de la web social, en la mencionada encuesta de 2020 la cifra alcanzó 66,8%. Y 45,8% cree que puede confiar en ellas la mayor parte del tiempo. “Esta confianza es bastante mayor entre los opositores (59,9%) que entre los oficialistas (39,2%)”.

Otra encuesta refuerza la tendencia de consumo informativo digital. El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) realizó a finales de 2020 el estudio *Receptividad, aceptabilidad, motivación y expectativas en torno a los medios de comunicación en Venezuela*¹⁷.

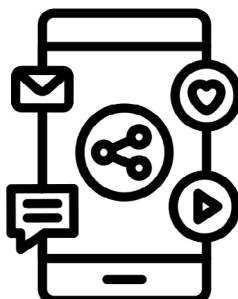
51,4%

de quienes se autodefinen como oficialistas privilegian informarse a través de la televisión



39%

de los autodefinidos como opositores priorizan las redes sociales



16 EsPaja.com: El fenómeno de la desinformación digital en el contexto venezolano. <https://espaja.com/El-fenomeno-de-la-desinformacion-digital-en-el-contexto-venezolano-agosto2020.pdf>

17 Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa: Receptividad, aceptabilidad, motivación y expectativas en torno a los medios de comunicación en Venezuela. https://issuu.com/saladeprensa/docs/receptividad_aceptabilidad_motivacion_y_expectativas

El auge FICTICIO de la VERSIÓN OFICIAL

Las tendencias de Twitter del oficialismo —todas aquellas vinculadas al régimen de Nicolás Maduro y entidades gubernamentales— alcanzaron visibilidad en esta red social durante el primer año de pandemia, gracias al impulso de 208.442.621 tweets.

Ese número representa 89,21% de todos los tweets sobre temas políticos y sociales publicados en Venezuela entre enero de 2020 y marzo de 2021.

Son cifras documentadas por ProBox, un observatorio conformado por un equipo interdisciplinario dedicado a analizar los contenidos que se vuelven tendencia en el país, así como determinar su origen y comportamiento en la red social Twitter. El objetivo es estudiar las matrices de opinión que en el entorno digital afectan la percepción sobre la realidad venezolana.

Al analizar la superioridad numérica de tweets del oficialismo, ProBox precisó que la mayoría de sus tendencias fueron promovidas por el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MIPPCI), con el respaldo

de 201.090.709 tweets. De este modo, el gabinete comunicacional de Maduro figuró como principal líder de opinión en la conversación digital venezolana, al abarcar 86,17% de todos los tweets que conformaron la discusión social y política del país en Twitter.

Cualquier usuario de Twitter Venezuela podía notarlo en la lista de tendencias cada día. Las etiquetas usadas y recomendadas por el ministerio siempre estaban en el ranking.

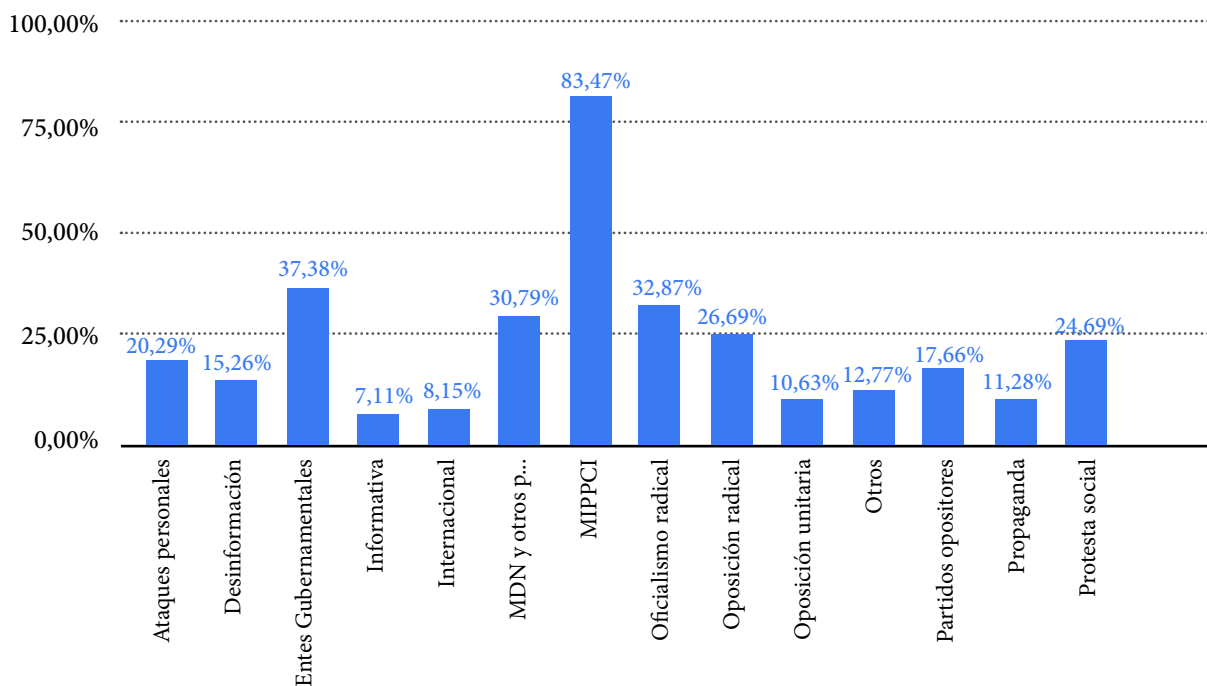
Resumiendo hasta aquí tenemos: un entorno restringido para la libertad de expresión, opositores que se informan principalmente por redes sociales, que además confían en la información que circula por ellas más que los oficialistas, pero cuyas tendencias en redes sociales son dominadas por el oficialismo.

Pero no era una popularidad auténtica. ProBox detectó que los tweets a favor de mensajes y temas del MIPPCI presentaron un alto porcentaje de inorganicidad, es decir, que fueron generados por cuentas con características y comportamiento de robot. Las cuentas automatizadas o

con comportamiento inauténtico son denominadas “bots”. Y entre las cuentas que apoyaron tendencias del MIPPCI, 83,47% tienen rasgos de bots.



Promedio de inorganicidad por subcategoría



Aunque el chavismo es pionero en el uso de bots o cuentas manejadas por personas reales pero que funcionan como un enjambre propagandístico en Twitter, su estrategia de avasallamiento masivo y multicanal está ampliamente influenciada por Rusia.

Un documento de la Corporación RAND firmado por Christopher Paul y Miriam Matthews describe cómo la diseminación de propaganda por múltiples fuentes, en lugar de una sola, la convierte en más persuasiva, especialmente cuando distintas fuentes contienen diferentes argumentos para llegar a una misma conclusión¹⁸. La mayoría de las personas asume que la información mostrada en múltiples fuentes está basada en distintas perspectivas y que, por lo tanto, debe ser por lo menos considerada.

Por otro lado, el volumen de la información también se suele percibir como importante. El respaldo de un gran número de usuarios aumenta la confianza sobre esa información y, para quienes son consumidores de bajo interés u ocasionales, la cantidad de argumentos que respaldan un tema puede ser más importante que la calidad de los mismos.

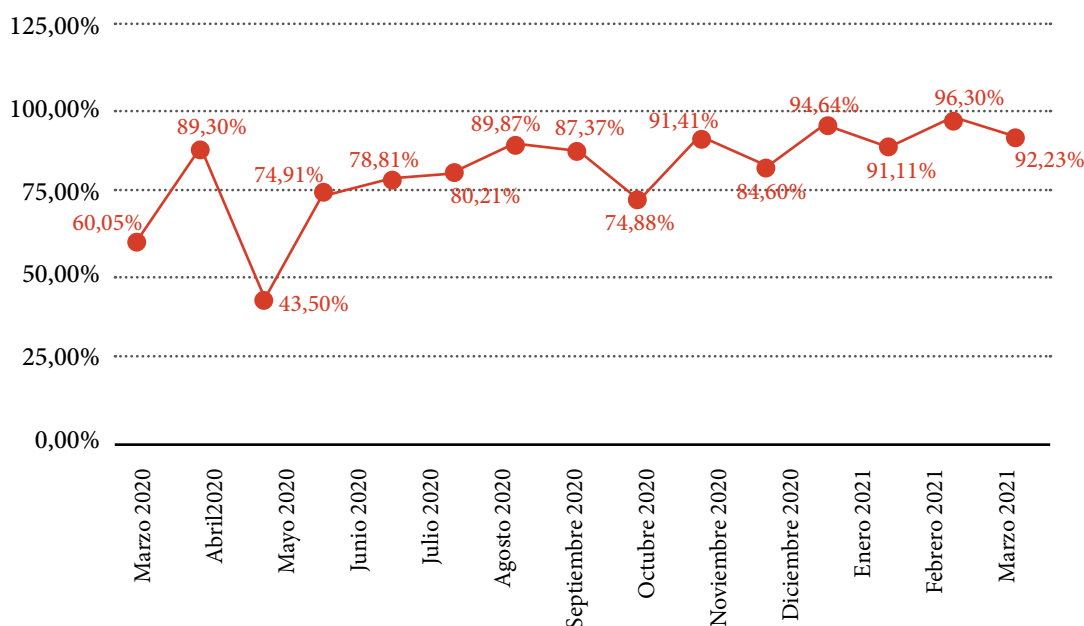
En la captura y análisis de datos realizado por ProBox se hace evidente este avasallamiento de la propaganda desde el oficialismo. Durante el primer año de pandemia, un total de 540 tendencias fueron impulsadas por el MIPPCI, 241 por el Oficialismo Radical (incluye etiquetas impulsadas por grupos o personajes radicales, como Diosdado Cabello, PSUV, Tupamaro, etc.) y 197 fueron promovidas por Entes Gubernamentales (incluye aquellas tendencias posicionadas

18 Christopher Paul, Miriam Matthews: The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>

por distintas instituciones y entes pertenecientes al régimen de Maduro).

El MIPPCI es una categoría aparte de los Entes Gubernamentales debido a la preponderancia de sus etiquetas, en cuanto a número de tweets.

Evolución de la Proporción de Tweets MIPPCI/Total



Una guerra que se libra digital

Las batallas por el poder son las batallas por la mente de los ciudadanos. El chavismo suele referirse a esto como la batalla de las ideas, o como la guerra de cuarta generación. Una guerra para la cual el chavismo se ha preparado. Lo ha hecho fortaleciendo de manera sistemática aquellos encuadres que le fortalecen y favorecen. Y en el caso de Twitter, con estrategias de información coordinadas, como resulta evidente cuando se explora entre las tendencias que dominaron en la red social durante el primer año de pandemia.

La narrativa forzada por el oficialismo en Twitter desestimó temas de interés colectivo que el propio Gobierno había

identificado a un mes de la llegada del virus, con la segunda encuesta nacional sobre COVID-19.

La primera fue aplicada el 18 de marzo, desde la plataforma del Carnet de la Patria, con el objetivo de identificar casos sospechosos y fortalecer una política de despistaje casa por casa.

La segunda consulta fue lanzada en abril, y el día 24, Maduro ofreció un balance preliminar sobre las respuestas de 3.412.051 usuarios del sistema estatal, al cual —según datos oficiales— están suscritos más de 19 millones de venezolanos.

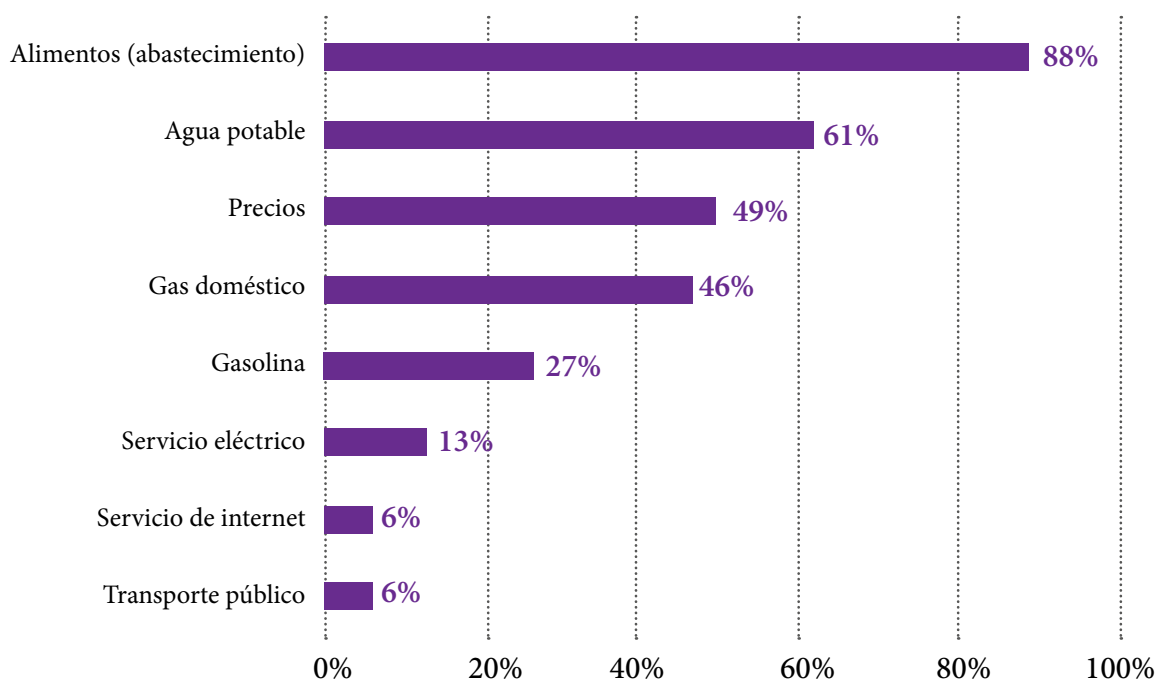
Una de las preguntas de la encuesta titulada “Análisis de la cuarentena y la situación del COVID-19”, invitó a los



usuarios a seleccionar las áreas que, a su juicio, requerían más atención en medio de la emergencia sanitaria por el nuevo coronavirus. La gran mayoría de los consultados señaló el abastecimiento de alimentos como la principal inquietud.

El agua potable, los precios, el gas doméstico y la gasolina también destacaron como ámbitos de preocupación para la ciudadanía.

Servicios que requieren mayor atención
(cada persona indicó hasta tres de mayor importancia)



Casi todas las conversaciones sobre estos servicios figuraron en tendencias de Twitter a través de mensajes espontáneos: sin los altos porcentajes de inorganicidad o automatización que caracterizaron las campañas de difusión del Estado.

La estrategia estatal en redes sociales no estuvo al servicio de las preocupaciones sociales.

Una semana tras la encuesta, la etiqueta #CuarentenaConHambre fue tendencia con tan solo 3,67% de inorganicidad, el 28 de abril. La etiqueta

#ExigimosAguaPorTuberia destacó el 13 de julio de 2020, con solo 3,41% de inorganicidad. Y con un comportamiento 100% auténtico —sin ningún indicio de bots— varias denuncias sobre el poder adquisitivo en el país fueron tendencia con la etiqueta #NoMasSalariosDeHambre, el 5 de agosto de 2020.

Temas de interés general compitieron de este modo, más espontáneo, con una fábrica de mensajes del Gobierno de Maduro, adecuados a su agenda política.

La petición del gremio docente de fijar la base de su tabla salarial en 600 dólares alcanzó amplia difusión en Twitter con la etiqueta #600DolaresDeSalario, el 15 de septiembre de 2020, con 30,52% de inorganicidad. Ese mismo día, el movimiento tuitero oficial impuso la etiqueta #LaVerdadDeVenezuela con 87,51% de inorganicidad, junto a mensajes sobre diversos tópicos.

ORIGINAL DE BENEDETTI



replicados por cuentas automatizadas





Goliat con teclado

La competencia era injusta, en tanto que los registros de ProBox han demostrado que la conversación iniciada por el Gobierno en Twitter tiende a escalar de forma más automatizada, en relación a cómo evolucionan los mensajes que cuestionan o se oponen a su versión.

INORGANICIDAD

#GasolinaParaElPueblo

86,59%

La etiqueta **#GasolinaParaElPueblo** logró más de 360.000 tweets, aunque con 86,59% de inorganicidad, el 31 de mayo de 2020.

En cambio, algunas etiquetas con denuncias sobre problemas de acceso al combustible lograron visibilidad en las tendencias durante 2020, con mayor espontaneidad:

#SinGasolina con

1,27%

#VenezuelaSinGasolina, con

4,66%

#SinCombustibleNoHaySalud, con

18,85%

La administración de Maduro atribuyó la escasez a las sanciones económicas del gobierno de Estados Unidos, el cual ha desconocido desde 2018 su legitimidad como presidente de la República. Otras causas del desabastecimiento suelen quedar fuera de su vocería.

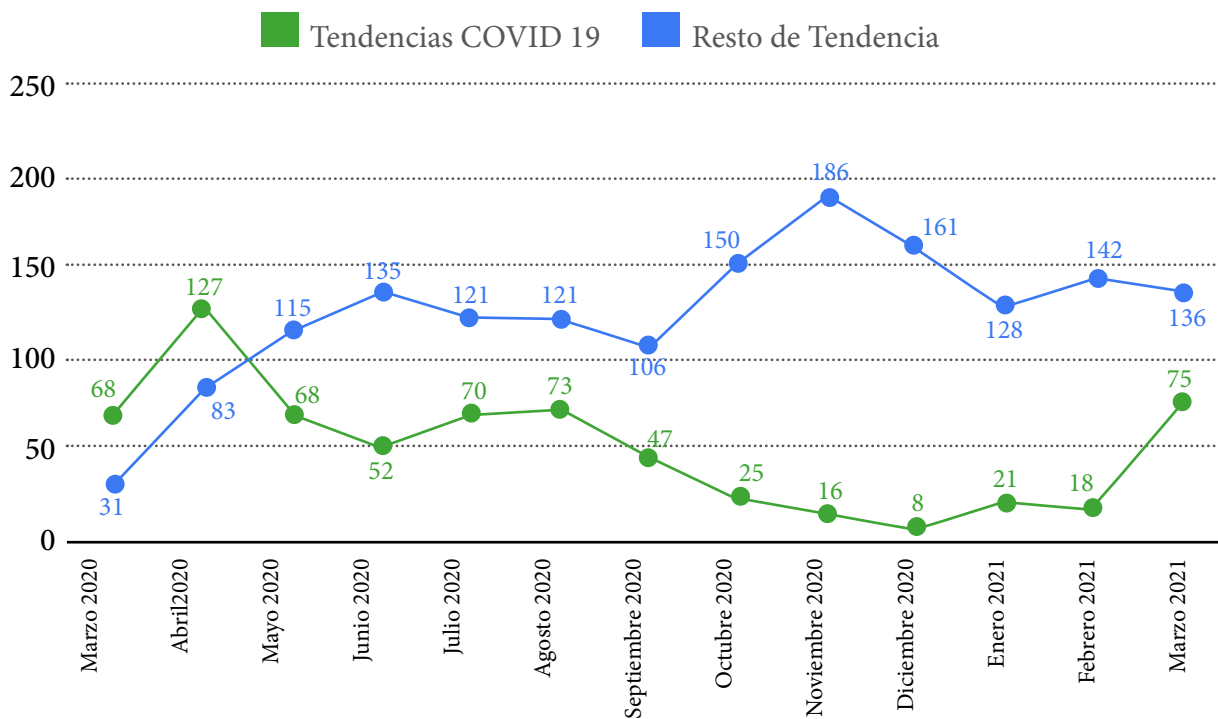
El deterioro progresivo de las refinerías nacionales, por falta de inversión y mantenimiento, fue por ejemplo un tema desestimado en la narrativa gubernamental sobre la crisis. Y la reproducción casi robótica de mensajes logró elevar la perspectiva oficial a la vista de todos: la etiqueta **#VenceremosElBloqueoPetrolero** fue posicionada el 12 de septiembre de 2020 con 396.000 tweets y 89,28% de inorganicidad.

También hubo un cruce de matrices de opinión en torno al COVID-19.

El 21 de julio de 2020 el MIPPCI impulsó la etiqueta **#PrevenciónYFortalecimiento**, con 49.200 tweets, mientras que con 90% de contenido orgánico, o usuarios reales, la Oposición Unitaria posicionó la tendencia **#FracasoRojoAnteCOVID-19** con 1.000 tweets. La Oposición Unitaria es la categoría de ProBox que engloba etiquetas provenientes de la Presidencia Interina de Juan Guaidó, la Asamblea Nacional de 2015 y partidos opositores.

En todo 2020, los dos temas más relevantes de la conversación venezolana en Twitter fueron la pandemia (559 tendencias) y las elecciones parlamentarias (218 tendencias). Durante el primer trimestre de 2021, el coronavirus se mantuvo entre las tendencias, con un repunte en marzo, cuando se registró el primer contagio en el país y se anunció el inicio de las cuarentenas.

Evolución de Tendencias vinculadas a COVID-19

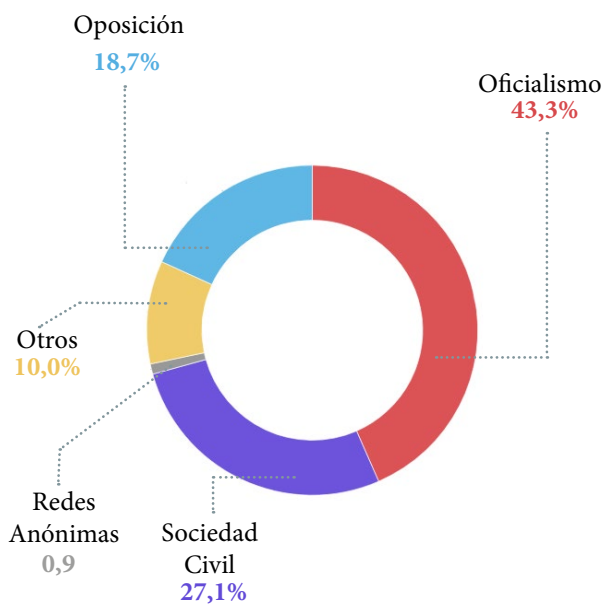


Twitter Venezuela presentó un total de 668 tendencias relacionadas con el COVID-19 entre enero de 2020 y marzo de 2021.

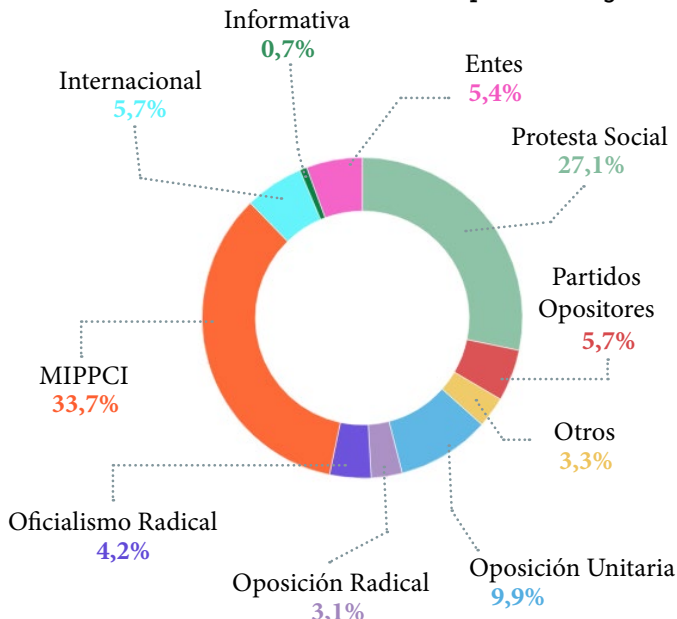
De éstas, 43,26% fueron posicionadas por el Oficialismo y 27,10% por la Sociedad

Civil (aquellas etiquetas promovidas por la sociedad civil venezolana en protesta), de acuerdo con los datos de ProBox. Entre las subcategorías del Oficialismo, el MIPPCI fue el principal generador de tendencias sobre coronavirus.

Tendencias vinculadas a COVID-19 por categoría



Tendencias vinculadas a COVID-19 por subcategoría



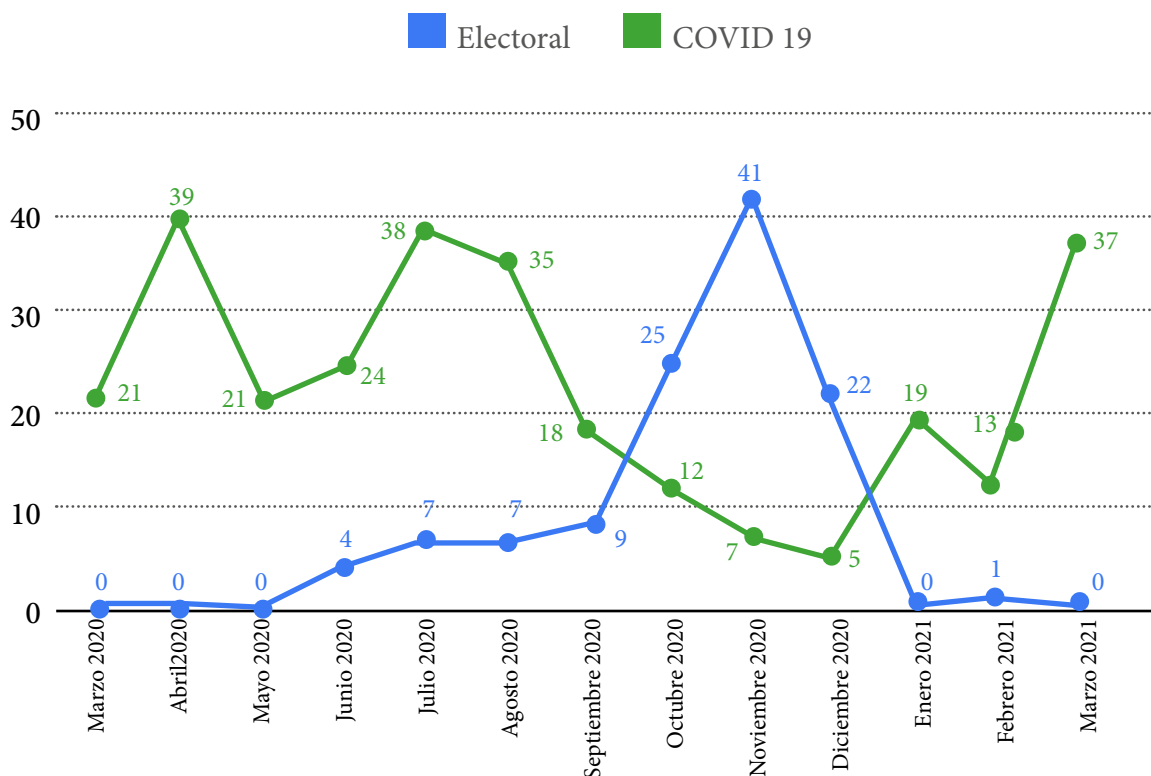
De la pandemia a la política

Las tendencias impulsadas por Entes Gubernamentales hicieron alusión a las medidas de confinamiento dictadas por el Gobierno nacional. También había mensajes propagandísticos sobre la gestión de la enfermedad en el país, como la etiqueta #VenezuelaEjemploMundial, del 9 de mayo de 2020, a través de 248.000 tweets y 88,54% de inorganicidad.

Pero el nivel de atención hacia el coronavirus cambió en septiembre de 2020. Desde entonces y por el resto del año, el MIPPCI otorgó mayor relevancia al tema electoral, a propósito de los comicios legislativos del 6 de diciembre.

El mes de septiembre, el ministerio redujo en 44,44% el número de tendencias que mensualmente había dedicado al COVID-19. Esto siguió en picada hasta diciembre.

Evolución de Tendencias Oficialismo



El MIPPCI sólo dedicó en diciembre 13,16% de sus tendencias al COVID-19, su menor porcentaje de atención comunicacional al virus en todo 2020. El ministerio se concentró en promover la narrativa gubernamental de las elecciones, con una cifra récord de más de 1 millón de tweets por tendencia, en tres ocasiones.

Otros grupos en Twitter, adversos al Gobierno nacional, también elevaron esos días el tema político-electoral, con etiquetas sobre la Consulta Popular organizada por el Gobierno Interino de Juan Guaidó en rechazo de las elecciones parlamentarias.

El año 2021, sin embargo, empezó con un retorno tuitero a la pandemia como tema principal. #CuarentenaRadical fue la etiqueta posicionada por el oficialismo el 1 de enero. Ese día el MIPPCI también promovió la tendencia #CuídateDelCovid19, con 980.000 tweets y 89,49% de comportamiento automatizado.

Uno de los mensajes oficiales más icónicos en 2021 fue lanzado a finales de enero, con el anuncio del “Carvativir” como medicamento para combatir el covid-19, bajo críticas del gremio médico por carecer de sustento científico.

Con 510.000 tweets y 93,69% de reproducciones con rasgos robotizados, el MIPPCI impuso la tendencia #CarvativirParaVivir el 25 de enero.

A finales de marzo de 2021, Facebook suspendió la página de Nicolás Maduro por violar sus políticas al compartir información errónea sobre presuntos tratamientos contra el COVID-19¹⁹. La medida se aplicó en directa alusión a un video que publicó el mandatario en enero, en el que aseguró que las gotas de Carvativir, las supuestas “gotas milagrosas de José Gregorio Hernández”, son eficaces contra la enfermedad.

El Ministerio de Comunicación e Información calificó la decisión de



Facebook como arbitraria, aunque Twitter ya había actuado con una sanción similar un año antes cuando eliminó publicaciones en las que el mandatario divulgó tres documentos sobre supuestas investigaciones desarrolladas por Sirio Quintero, a quien calificó como “doctor”, al respecto de una cura. Entre los tratamientos divulgados por las autoridades venezolanas, también se cuentan fármacos como cloroquina y ivermectina en los esquemas de tratamiento del Ministerio de Salud, a pesar de que la Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha desaconsejado el uso de todos ellos.

19 EsPaja.com. Opacidad y desinformación marcan la agenda pública en el Día Internacional de la Verificación de Datos. <https://espaja.com/explain/opacidad-y-desinformacion-marcan-la-agenda-publica-en-el-dia-internacional-de-la-verificacion-de-datos>

Una **BOMBA** DE tiempo en **TWITTER**

La estrategia del Gobierno nacional en el ámbito digital se puede rastrear en la Memoria y Cuenta de 2014 del MIPPCI, una de las últimas disponibles al acceso público. El informe reportó una evolución tecnológica y comunicacional: “desde la plataforma de medios digitales y redes sociales destaca la puesta en funcionamiento de un avanzado sistema de monitoreo de páginas web y redes sociales, herramienta que facilita los procesos de análisis y seguimiento de las matrices informativas y el desarrollo de métodos y mecanismos de difusión de contenidos”²⁰.

El ministerio reconoció además aliados importantes: “cabe señalar la articulación institucional y social con distintos colectivos de tuiteros como Rentsoc, Trinchera Creativa, Ola Bolivariana, Foro Candanga, lo cual ha permitido posicionar 608 etiquetas revolucionarias, así como un total de 16.413.479 menciones”.

La organización y movilización de seguidores del partido de gobierno, en grupos y comunidades de Internet, acumula múltiples episodios.

En el portal digital Aporrea es posible identificar, posterior a la creación de la cuenta de Twitter @chavezcandanga, encuentros como el denominado “Comunicación para vencer”, convocado por el movimiento Foro Candanga y la Red de Tuiteros Socialistas, en abril de 2011. Este encuentro fue realizado en el Complejo Cultural Teresa Carreño.

Otra reunión de este estilo fue organizada por trabajadores de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (Cantv), en septiembre del mismo año.

Un caso de impacto de este apoyo social y digital en el ámbito político es la serie de encuentros que realizaron varios grupos de activistas digitales para definir estrategias electorales, a favor de la campaña presidencial de Nicolás Maduro en 2013²¹. La puesta en práctica de las ideas, con ejecución coordinada, derivó en algunas estrategias exitosas, como el uso de la imagen del bigote de Maduro en fotomontajes difundidos en redes sociales.

También la amplificación llegó a incluir la red de medios digitales y de Facebook de la consultora de comunicación política Neurona, según hallazgos del portal investigativo Armando.info²². Es la misma consultora que creó estrategias para los gobiernos de Argentina, Bolivia, Ecuador y para la campaña de Andrés Manuel López Obrador en México.

El activismo digital chavista ha estado en un vaivén entre la espontaneidad social y las órdenes verticales. La lógica militar destaca en la relación del chavismo con las redes sociales: empezó auto-denominándose “La Tropa”. Incluso la Fuerza Armada Nacional, violando lo establecido en la Constitución, toma partido y acompaña las campañas políticas en Twitter²³.

20 Memoria y Cuenta Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información 2014. <https://transparencia.org.ve/wp-content/uploads/2016/07/MEMORIA-2014DEF-556PM14115.pdf>

21 Aporrea.org. Por Chávez y Maduro: Grupos sociales en red realizarán encuentro hoy en el Celarg. Prensa Celarg. 2013. <https://www.aporrea.org/actualidad/n225459.html>

22 Armando.info: Neurona: Las campañas para Maduro de los 'Mad Men' revolucionarios. <https://armando.info/neurona-las-campanas-para-maduro-de-los-mad-men-revolucionarios/>

23 Rodolfo Rico: Partisan military propaganda takes Twitter hostage. Medianálisis. <https://disinformation.medianalisis.org/partisan-military-propaganda-takes-twitter-hostage/>

Una ‘tropa’ digital del sector salud está conformada por cuentas de la red de atención pública Barrio Adentro, destinada a difundir los aspectos positivos de la relación Cuba-Venezuela, sobre todo en torno a los servicios de salud provistos por el gobierno cubano. Actúan de manera coordinada desde una red de cuentas llamada Cuba Cooperera.

Más claramente, un proyecto de 2017 de Ejército de Trolls se refiere a pelotones, escuadras y batallones. La iniciativa surgió desde el Ministerio de Relaciones Exteriores, Justicia y Paz. El plan detalla cuántas cuentas de Twitter, Facebook, Instagram y Google plus son necesarias para alcanzar cada uno de los niveles de este ejército²⁴.

Pero una articulación aún mayor inició en mayo de 2018, cuando la cuenta en Twitter del sistema del Carnet de la Patria —principal plataforma online del gobierno de Maduro— informó de la premiación de ciudadanos, en general, por su comportamiento en redes sociales. Varios usuarios de Twitter celebraron semanas después la recepción de bonos del Estado por tuitear y retuitear los mensajes gubernamentales.

Tuiteros a sueldo

El de 2018 ha sido el único anuncio oficial sobre financiamiento de tuiteros, a pesar de que la práctica de compensación monetaria por la actividad digital se

mantuvo al menos durante tres años, con bonificaciones mensuales y semanales, que variaron según el desempeño en la red social Twitter.

Los tuiteros podían aspirar cada mes a un pago de “primer lugar” si alcanzaban más de 3.500 retweet; de “segundo lugar” con más de 2.524 retweet; de “tercer lugar” al superar los 2.160 retweet; o de “mención especial” con más de 950 retweet.

El requisito para recibir los pagos era generar, como mínimo, entre 80 y 100 tweets y retweet diarios con las etiquetas que dictara el MIPPCI en su cuenta oficial.



24 Proyecto de Formación del ejército de trolls de la revolución bolivariana para enfrentar guerra mediática. https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/data/Ejercito_De_Trolls_Venezuela.pdf

“Al menos me servía para recargar saldo y completar para algunas cositas”, cuenta sobre la remuneración Lilian Pérez, quien durante el año 2020 manejó a diario hasta tres cuentas de Twitter. Tiene 50 años y reside en el estado Apure de la región llanera de Venezuela. “Lo que me motivó a hacerlo fue que la gente estuviera informada y en cierta parte el pago, por supuesto, que era una ayuda más”, dice.

Su jornada laboral empezaba buscando la “Etiqueta del Día”, anunciada en las redes sociales del MIPPCI. Lilian hacía 250 retweet a la etiqueta en la mañana; luego otros 250 al mediodía y terminaba con 250 retweet más en la noche. Y el Estado venezolano le pagó cada semana por estos clics.

Perteneció, hasta mediados de 2021, a la red denominada Tuiteros Activos o Tuiteros de la Patria, un grupo de cuentas encargadas de amplificar los mensajes del gobierno de Maduro en Twitter. La red lograba posicionar la propaganda oficial como un tema de interés colectivo en la conversación digital, todos los días.

Lilian se enteraba de las instrucciones a través de un grupo de la red social Facebook, creado por seguidores del partido de gobierno. También se crearon grupos de WhatsApp y Telegram con la misma función.

Para trabajar como Tuitero Activo o Tuitero de la Patria, el primer paso era registrar la cuenta de Twitter en la sesión del sistema Patria, creada con el número de cédula de identidad.

Los usuarios debían autorizar el acceso de la aplicación Twitter Patria a su cronología de tweets. Así el sistema estatal podía hacer un seguimiento sistemático de las publicaciones.

Lilian sincronizó una cuenta de Twitter en su sesión del sistema Patria, y dos cuentas más en las sesiones abiertas con las cédulas de su esposo y de su madre. Manejó las tres al mismo tiempo para alcanzar más ingresos por premios. “Todas me las bloquearon”, lamenta, luego de una suspensión masiva de cuentas de Tuiteros Activos, por parte de la empresa Twitter desde mayo de 2021.





—¡Me acaban de decir que mi cuenta está suspendida! ¿Qué significa eso? Yo hice ayer 400 RT y hoy sólo llevaba 50. Quería hacer 100 porque ya era tarde.

No entiendo qué pasó —alertó uno de los miembros de un grupo de WhatsApp de Tuiteros Activos, el 5 de mayo.

—La mía también me la suspendieron.

—¡También suspendida! ¿Qué pasó?

—Traten de hacer RT no tan seguido, en varias tandas, porque el sistema los toma como bot.

La verdadera Twitter Police

La compañía Twitter inició a partir de mayo de 2021 una cruzada para hacer cumplir las políticas de la plataforma, referentes a la reproducción desmedida de contenidos. Algunos tuiteros apelaron con éxito la suspensión, y sus cuentas fueron reactivadas bajo advertencia.

“Detectamos incumplimientos de las Reglas de Twitter; específicamente de nuestras políticas que prohíben el spam y las interacciones con cuentas falsas o artificiales. Esto puede incluir la venta, la adquisición o el intento de aumentar las interacciones de cuentas (...) En el caso de producirse futuros incumplimientos, podríamos suspender tu cuenta permanentemente”, decía un mensaje que recibían desde la compañía norteamericana.

Otros pensaron en crear nuevas cuentas para el trabajo digital con el sistema Patria. Pero no pudieron porque, casi al mismo tiempo que las suspensiones masivas, el sistema Patria dejó de admitir nuevas sincronizaciones de Twitter en su página web. Únicamente los usuarios que recuperaron la misma cuenta, desde antes asociada a la plataforma, continuaron trabajando por premios a cambio de tuitear y retuitear, aunque con mayor prudencia.

Nuevas sugerencias circularon entre los grupos de WhatsApp y Telegram sobre Tuiteros Activos y Tuiteros de la Patria: “Cuando comience nuevamente el trabajo, deberíamos cuadrar un horario para evitar spam, o sea de 20 en 20 tuits, dejando lapsos de descanso hasta culminar los 300 diarios o 400. Tal vez esa debería ser la táctica”, planteó el administrador de uno de los canales de mensajería.

Había un problema de fondo. La actividad de los Tuiteros de la Patria estaba prohibida en la red social, al menos desde febrero de 2018: “Publicar múltiples actualizaciones (en una sola cuenta o en varias cuentas que controle) en un tema popular o de tendencias (por ejemplo, mediante el uso de un hashtag específico) con la intención de subvertir o manipular el tema, o inflar artificialmente el protagonismo de un hashtag o tema, nunca está permitido”²⁵.

25 Twitter: Automatización y el uso de múltiples cuentas. https://blog.twitter.com/es_la/topics/product/2018/Automatizacion-y-el-uso-de-multiples-cuentas-



La empresa especificó en septiembre de 2020 que la compra y venta de interacciones (Retweet, Me gusta, Menciones), para hacer crecer las métricas de una cuenta o tweet, se considera un aumento artificial de la popularidad, y una estrategia inaceptable para la plataforma²⁶. Hasta siete meses después, sin embargo, el Estado continuó patrocinando a tuiteros que destacaron la Etiqueta del Día en la conversación digital, por encima de tendencias verdaderamente espontáneas.

Tampoco la actualización de enero de 2021 de las pautas sobre Actividad dañina coordinada desalentó al aparato de divulgación oficial. “Si podemos probar con evidencia suficiente (como vínculos técnicos entre cuentas) que un individuo o grupo se ha involucrado en la coordinación técnica, siempre tomaremos medidas de

control de cumplimiento, generalmente suspendiendo de forma permanente las cuentas involucradas”, dice el texto²⁷ que también fue ignorado por el MIPPCI.

Lilian no pudo seguir porque su apelación no funcionó: sus cuentas bloqueadas en mayo no fueron reactivadas por Twitter. Decidió abandonar la actividad en esta red social tras no poder registrar alguna otra cuenta en el sistema Patria, para optar por premios.

“A raíz de eso me dediqué a hacer otras cosas. Decidí no seguir con esto porque de verdad es cansón. Mi sugerencia es que deberían reactivarnos las cuentas, ya que no le hacíamos daño a nadie con el trabajo que se hacía, y que era una ayuda para nosotros”, expresa.

 Centro de ayuda



Contáctanos

Centro de ayuda > Políticas y pautas generales > Política relativa al spam y la manipulación de la plataforma.

Política relativa al spam y la manipulación de la plataforma

 Centro de ayuda



Contáctanos

Centro de ayuda > Políticas y pautas generales > Actividad dañina coordinada

Actividad dañina coordinada

26 Twitter: Política relativa al spam y la manipulación de la plataforma. <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/platform-manipulation>

27 Twitter. Actividad dañina coordinada. <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/coordinated-harmful-activity>

La acción coordinada, sin embargo, para influir artificialmente en las conversaciones es considerada por la compañía Twitter como una manipulación de su plataforma. Por eso está restringida. “Todos los días los usuarios vienen a Twitter para ver lo que está pasando. Uno de nuestros principales objetivos a la hora de mejorar la salud de las conversaciones en Twitter es asegurar que las personas tienen acceso a información creíble, relevante y de alta calidad”, expone la empresa.

Las políticas de la red social rechazan las interacciones que no sean auténticas y estén encaminadas a hacer parecer que una cuenta o tema es más popular de lo que realmente es. La sanción por incumplir esto es la suspensión de la cuenta.

Y así estaba pasando desde 2019. En enero de ese año, Twitter publicó un reporte en el cual informó que 769 cuentas habían sido eliminadas por mostrar un comportamiento similar al de las campañas de la empresa rusa IRA (Agencia de Investigación de Internet), dedicada a promover desinformación en favor del Kremlin ruso. Estas cuentas habían tuiteado en 2018 unas 985.000 veces y tenían un promedio de 585 seguidores cada una.

De Venezuela, al menos 1.196 cuentas fueron eliminadas ese año por participar en una propaganda sistemática influenciada por el Estado venezolano.

En junio del mismo año, Twitter reportó la eliminación de 33 cuentas más, con un modelo de comportamiento similar al de IRA.

Aunque en Twitter no han vuelto a aparecer reportes que mencionen a Venezuela hasta el momento de la

redacción de esta investigación, resulta evidente que en 2021 la compañía suspendió cuentas venezolanas de forma masiva. Las quejas de la tropa digital por estas razones se hicieron visibles en sus intercambios por mensajería, sus grupos de Facebook y en la propia red social Twitter. Y hasta el impacto de la propaganda oficial disminuyó: la cantidad de tweets registrados de MIPPCI del período enero-abril de 2021 (34.752.846 en promedio) contrastó con los del período mayo-agosto (7.401.457 en promedio) Una caída de 78,70%.

—Dios mío, ¿y ahora? —preguntó uno de los tuiteros en un grupo de WhatsApp.

—Nada que hacer por el momento, camarada —planteó el administrador—. Publicar cosas interesantes y listo, sin hacer spam porque ya no hay sincronización. Haga su publicación normal; yo hago publicaciones e interactúo, pero ya no me esfuerzo para nada.

—Bueno, ojalá y busquen solución, porque muchos nos ayudamos con esto —dijo otro.

La red de tuiteros guarda esperanzas de recibir instrucciones para migrar su trabajo propagandístico a alguna otra red social. “Que sincronicen Mastodon (red social similar a Twitter) con el sistema Patria”, plantean en sus grupos de mensajería.

De la **NARRATIVA REVOLUCIONARIA** a la **DESINFORMACIÓN**

La imposición de etiquetas no sólo desvió la atención hacia temas de popularidad artificial por encima de denuncias sociales. También llevó a ciudadanos tuiteros, motivados por una compensación económica, a amplificar informaciones falsas promovidas por el Estado sobre la situación de pandemia por COVID-19.

La fábrica de mensajes, bajo monitoreo del sistema Patria y el liderazgo del MIPPCI, posicionó en julio de 2020 la etiqueta #VenezuelaGarantíaEducativa, en el marco de la nueva modalidad de educación a distancia. La versión oficial buscó dar por hecho ante las audiencias digitales el acceso a la educación en tiempos de cuarentena, mientras se registraban protestas de maestros por bajos salarios y condiciones precarias para trabajar. La red de escuelas Fe y Alegría reportó la renuncia de 35% de su personal durante el año escolar 2020-2021.

El Estado igualmente promovió, en enero de 2021, la etiqueta #CarvativirParaVivir, en referencia al medicamento que el Gobierno nacional calificó como una cura efectiva para el COVID-19, a pesar de la falta de comprobación científica al respecto. Incluso la Academia Nacional de Medicina se pronunció sobre la ausencia de estudios y verificación conocida. La etiqueta sobre el Carvativir logró impulso digital con 510.000 tweets y 93,69% de inorganicidad.

Con Nicolás Maduro como vocero principal, pero con todo el refuerzo del Estado en conjunto el gobierno arrancó el coronavirus promoviendo las soluciones de pseudo ciencia de Sirio Quintero en marzo de 2020²⁸ y en enero de 2021 las llamadas por Maduro “gotas milagrosas de José Gregorio Hernández”, comercializadas como Carvativir, pero que siguen sin tener ningún tipo de sustento científico²⁹. Entretanto, meses después de haber iniciado la inmunización en el país no se ha publicado un plan de vacunación transparente y verificable.

También voceros de todos los niveles calificaron a los venezolanos retornados por la frontera con Colombia como bioterroristas³⁰, promoviendo además que su retorno fuera delatado por sus vecinos. Esto ocurría en julio de 2020 cuando ante la incertidumbre por la pandemia numerosos venezolanos decidieron regresar al país y el gobierno de Nicolás Maduro buscó generar una estrategia de desinformación para fortalecer la idea de un enemigo externo ante el incremento de casos en Venezuela.

El día de las elecciones parlamentarias de diciembre de 2020 y probablemente debido a la baja participación electoral, fue cambiado el centro de votación de Nicolás Maduro³¹ con la excusa de un supuesto posible atentado contra el

28 EsPaja.com. ¿Gobierno de Maduro difunde tesis falsa de que el coronavirus contiene VIH? <https://espaja.com/verifications/maduro-comparti-la-improbable-tesis-de-que-coronavirus-y-vih-se-relacionan>

29 EsPaja.com. ¿Hay respaldo científico para las gotas "milagrosas" anunciadas por Maduro contra COVID-19? <https://espaja.com/explain/hay-respaldo-cientifico-para-las-gotas-milagrosas-anunciadas-por-maduro-contra-COVID-19>

30 Cotejo.info. Gobierno de Maduro acusa de “bioterroristas” a migrantes venezolanos retornados. <https://cotejo.info/2020/07/maduro-migrantes-venezolanos-retornados-bioterroristas/>

31 EsPaja.com. ¿Nicolás Maduro votó en un centro en el que no estaba registrado al inicio del 6D? <https://espaja.com/verifications/nicolas-maduro-voto-en-un-centro-en-el-que-no-esta-registrado>

mandatario venezolano promovido por el gobierno colombiano. Sin prueba alguna, la información fue promovida con insistencia por los medios gubernamentales y los de origen ruso³², tradicional aliado del venezolano en estrategias de desinformación.

A nivel general, cuando de Twitter se trata, el observatorio ProBox determinó un comportamiento automatizado en 80,54% de los tweets de 2020 vinculados a COVID-19 provenientes del MIPPCI.

Según Eric Selbin, en su libro *El Poder del Relato*, todo relato revolucionario como el que ha pretendido el chavismo desde sus orígenes se sostiene sobre tres elementos: mito, memoria y mimesis. El mito y la memoria es la génesis fundacional, que en el chavismo tiene varios elementos: el juramento en el Samán de Güere de 1982 o el “Caracazo” del 27 de febrero de 1989 (aunque para entonces ya tuvieran varios años conspirando). Son elementos que los emparentan con los relatos de historia venezolana y con la reivindicación de lo popular. La mimesis está en la idea de imitar la gesta independentista primero y posteriormente, ya en el poder, a la revolución cubana.

Como contamos al principio, desde muy temprano el chavismo fue consciente de la importancia de contar su historia a su manera como una forma de explicar la realidad y, en consecuencia, la justificación de sus acciones. Pero si bien en un principio fue un relato alternativo de los hechos, en el poder se fue convirtiendo en el único relato posible de los hechos. Se

pasa del “también sucedió esto” al “esto fue lo que ocurrió”. Se pasa de un relato que busca ser transformador e impulsor de un cambio al relato oficial hegemónico.

Twitter es solo uno de los campos impulsores de ese relato oficial hegemónico, de esa “batalla comunicacional” en el lenguaje bélico proclive al conflicto que usa el chavismo para describir la realidad. Hay abundante evidencia del funcionamiento de estas estrategias en redes de mensajería como Whatsapp u otras plataformas como Facebook.

Los mensajes gubernamentales y la reacción posterior de sectores opositores son parte de un encuadre de la realidad venezolana que refuerza la idea del conflicto como necesario para una supuesta transformación del país. Le da una épica de un supuesto David, enfrentado a un Goliat, de buenos contra malos en una versión de la realidad construida en blanco y negro y que es reforzada por la actuación de ciertos sectores de la oposición que termina fortaleciendo el marco de interpretación del chavismo.

La política de la moral, el uso de metáforas y enmarcado (para usar los criterios de George Lakoff), el privilegio de la emoción sobre la razón en la política no es exclusiva del chavismo en Venezuela. Sectores de la oposición también hacen uso de ella, pero es el chavismo quien inició construyendo por necesidad un nuevo relato, un nuevo

32 Rodolfo Rico: Venezuela Spreads Post-Election Disinformation aided by Russia. Medianálisis. <https://disinformation.medianalisis.org/venezuela-spreads-post-election-disinformation-aided-by-russia/>

lenguaje, definió palabras para expresar sus conceptos y el resto del país que fue cambiando de minoritario a mayoritario se fue adaptando y lo fue usando. Aún lo hace.

Durante todo el año 2020 el gobierno de Nicolás Maduro empleó su maquinaria de desinformación y promoción de tendencias, encuadres y metáforas desde la que construye su realidad que busca imponer a los venezolanos. Pero en 2021 fue la caída del Halcón Negro para el chavismo con la suspensión masiva de cuentas y la imposibilidad de sincronizar nuevos usuarios de Twitter en Patria.org. ve, como herramienta de monitoreo y por lo tanto para identificar a quiénes se debe pagar. Sin pago, la revolución no será tuiteada.

Somos Venezuela | MSVEnLinea
@MSVEnLinea

#ULTIMAHORA || Inicia la entrega de los logros a los tuiteros destacados en redes sociales durante la semana comprendida entre el 06 de Septiembre al 12.

@MSVEnContacto
#FlexibilizaciónConsciente
#PorLoHechoEnVenezuela



👤 Prensa Presidencial y 9 más

5:14 p. m. · 13 sep. 21 · Twitter Web App

Zulema @Zulema91193609 · 1h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Que raro hoy es 14 de septiembre, era hasta el 12 y hasta hoy es que informan, será verdad que lo publica somos Venezuela. Se hace raro y bono para tuiteros si no llegan los que decreta el presidente. Eso no me convence. A lo mejor hay otro propósito.

Nancy Palacios @nanciipa · 9h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Y que paso con el bono maxima eficiencia. Ya no está llegando como debe ser. Que engaño.

Alberto orozco @Alberto70158602 · 25min
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Soy tuitero a mí tampoco me a llegado este bono

Noris Rondon @NorisRondon4 · 13h
En respuesta a @MSVEnLinea, @Isabel4_F y 9 más
vaya, vaya y reciben dinero por tuitear....bueno es un trabajo, ahora entiendo.

isme santa @ismeldimartinez · 10h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
hola por favor ayudenme con el bono que no me sale 20729131 gracias

edith escorihuela @edithescorihue1 · 1h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
José Barazarte CI 5385360 nunca me llega un bono .

Yesmin @Yesmin2157 · 29min
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
A mí más nunca 5251091

Xiomara Del Consuelo Molero Valles ... · 9h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Espero mi bono tuitero

Kathy Viana @VianaKathy · 15h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Por favor escanear v19446037

Rosaluna28 @Rosaluna281 · 2h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Bono para los toreros y el de la salud donde ????

Jacobo @Jacobo15316669 · 12h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Buenas me pueden escanear por qué no me llegan los bonos19267610 porfa es una ayuda más para mi casa

yoanna arevalo @yoanna_arevalo · 12h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Hola buenas noches camarada disculpe la molestia me podrías escanear trabajo en el MPPTT, cédula 11228627

Luisa Pacheco @LuisaPa33310242 · 12h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
29540347 O RECIBO BONOS NI LACTANCIA ,bebe de 4 meses

Alejandro Quereigua @AlejandroQuere6 · 1h
En respuesta a @MSVEnLinea, @MSVEnContacto y 8 más
Saludos tiempisimo que no me llega bonos 11228627

INTERNET libre

Y protesta digital

Mariví Marín Vásquez - Directora de ProBox

De acuerdo con lo establecido en el informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos -*Estándares para una Internet Libre, Abierta e Incluyente*- de 2015, según la Declaración conjunta sobre libertad de expresión e internet del 1 de junio de 2011³³:

“El acceso universal a internet requiere que los Estados garanticen la calidad e integridad del servicio de internet protegiéndolo en todos los casos de bloqueos, interferencias o ralentizaciones arbitrarias. La interrupción del acceso a internet aplicada a poblaciones enteras o a segmentos de la población nunca está justificada, ni siquiera por razones de seguridad nacional. Los bloqueos temporales o parciales afectan el ejercicio de los derechos humanos en línea, constituyendo restricciones a dichos derechos. En el análisis de cada derecho contemplado en el presente informe se hace referencia al efecto de los bloqueos de internet en el ejercicio del derecho y se desarrollarán las limitaciones permisibles a los mismos”.

En Venezuela, no obstante, la realidad supera lo contenido en ese documento. En marzo de 2021 Nicolás Maduro dijo: “Aquí se va agregar un capítulo especial para las redes sociales y de la responsabilidad social de las redes sociales en territorio venezolano. Pendiente y mosca todo el mundo”³⁴.

Antes, en noviembre de 2020 y en el contexto de la campaña por las parlamentarias, ya había llamado a regular estas plataformas. “¿Qué límites cumplen esas redes que ya conocemos? Ninguno. Es un tema para la próxima Asamblea Nacional”, señaló³⁵.

El oficialismo ha asumido a las redes sociales como el nuevo enemigo del debate público, afirmando que sus contenidos son manejados desde centros imperiales como antes lo eran las líneas editoriales de los ahora desaparecidos o disminuidos medios de comunicación venezolanos.

Las acusaciones desde el poder incluyen señalar a otros de lo que está demostrado hace su propio aparato de propaganda, desestimando la acción de la sociedad civil en el entorno digital. A pesar de lo documentado por distintas organizaciones en contra de la desinformación y la hegemonía comunicacional impuesta por el régimen de Maduro (incluso en redes sociales), a principios de mayo de 2021 Delcy Rodríguez en rueda de prensa³⁶ sostuvo que se realizó “un estudio de Big Data de expertos independientes que se metieron a profundidad a través de la Big Data en el análisis de las redes sociales, y cómo desde ellas se construyó falsamente los parámetros para llevar a Venezuela ante la Corte Penal Internacional”. No explicó quiénes hicieron tal estudio, ni qué método utilizaron para analizar más de 70 millones de tweets, “de los cuales se agarraron más de un millón de avatares”.

33 Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Declaración conjunta sobre libertad de expresión e internet. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=849&IID=2>

34 El País. El chavismo prepara medidas para controlar las redes sociales y el trabajo de las ONG en Venezuela. <https://elpais.com/internacional/2021-03-05/el-chavismo-prepara-medidas-para-controlar-las-redes-sociales-y-el-trabajo-de-las-ong-en-venezuela.html>

35 Efecto Cocuyo. Maduro llama a debatir sobre leyes para regular las redes sociales. <https://efectococuyo.com/politica/maduro-llama-a-debatir-sobre-leyes-para-regular-las-redes-sociales/>

36 <https://www.youtube.com/watch?v=0uSG-RwGs7A>



Agregó la funcionaria que el 70% de las noticias verificadas provenían de “líneas editoriales opositoras”, que se utilizan con el fin de influir en la decisión de la CPI para supuestamente organizar un “linchamiento mediático” contra Venezuela.

También denunció Rodríguez que “se asumen opiniones como hechos de la realidad para fomentar las *fake news*”. Según dijo, se trata de una “guerra híbrida contra Venezuela y del bloqueo económico” que incluye ataque de bots. “Es un grupo pequeño que actúa a través de bots y trolls y mecanismos fraudulentos”, para influir en la calificación internacional de delitos “que no existen”.

La narrativa oficial no está sola. En Cuba también se ha visto. En julio de 2021 se registró una ola de protestas inéditas en varias ciudades de Cuba, con miles de ciudadanos saliendo a las calles en más de 20 localidades del país en las mayores manifestaciones ocurridas en la isla en los últimos años. Buena parte de ellas tuvieron a internet como herramienta fundamental³⁷. En respuesta, el presidente Miguel Díaz-Canel invitó a sus seguidores a salir a las calles a “enfrentarlas”.

La etiqueta #SOSCuba, que identificó a quienes alzaron sus voces, alcanzó ser tendencia mundial con más de un millón de tweets. Las redes sociales se llenaron de vídeos de denuncias de represión por parte de las fuerzas policiales en Cuba,

desaparición forzada de periodistas y activistas, y un sinnúmero de violaciones de derechos humanos.

Ello generó una restricción casi generalizada de acceso al servicio de internet en la isla, aplicado por la empresa al servicio del Estado (ETECSA) según lo reportado por diversas organizaciones en defensa de los derechos digitales³⁸. Días después, y mientras se seguían desarrollando los hechos, el ministro de Relaciones Exteriores responsabilizó al Gobierno de Estados Unidos de estar implicado directamente en la organización de las protestas y promover una “ciberguerra” a través de #SOSCuba, etiqueta que calificó como “una operación política” en el marco de una “guerra no convencional”, según reportó el órgano oficial del comité central del partido comunista de Cuba, Granma³⁹.

A raíz de ello, el gobierno cubano aprobó el Decreto Ley 35 que refuerza el control sobre las telecomunicaciones y las redes sociales, con el apoyo de instituciones estatales como las Fuerzas Armadas Revolucionarias (FAR) y el Ministerio del Interior (MININT). “Nuestro Decreto Ley 35 va contra la desinformación y la cibermentira”, escribió en Twitter el presidente Miguel Díaz-Canel.

Según Human Rights Watch, el instrumento contiene muchas disposiciones vagas e imprecisas que son inconsistentes con

37 BBC. Protestas en Cuba: qué papel juegan “la directa” y las redes sociales en las históricas manifestaciones en la isla. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-57783099>

38 Netblocks: <https://twitter.com/netblocks/status/1414633093814697993>

39 Granma. Cuba prueba implicación de EE. UU. en las acciones de desestabilización contra el pueblo de Cuba. <http://www.granma.cu/pensar-en-qr/2021-07-14/cuba-prueba-implicacion-de-ee-uu-en-las-acciones-de-desestabilizacion-contra-el-pueblo-de-cuba-14-07-2021-01-07-44>

el derecho internacional de los derechos humanos y podrían fácilmente ser utilizadas para violar derechos humanos, ya sea a gran escala o con ataques específicos contra críticos del gobierno⁴⁰.

La respuesta jurídica del gobierno cubano pudiera convertirse en el molde a replicar por las autoridades venezolanas. Y no es el único. Human Rights Watch señala que en varios países del mundo han aprobado normas similares sobre “ciberdelitos” y “ciberseguridad” que han restringido los derechos humanos de forma indebida y han sido utilizadas para perseguir a periodistas, defensores de derechos humanos, expertos en tecnología, políticos de oposición y artistas⁴¹.

En Venezuela, la superioridad del oficialismo en las redes sociales, sus amenazas para profundizar la censura del espacio digital y la falta de canales para protestar cívicamente o informar sobre lo que ocurre en el país, se traducen en la necesidad de aumentar y organizar aún más el activismo digital.

Según lo observado por ProBox, la sociedad civil es el único actor que busca tomar las redes sociales para exponer lo que ocurre en el país y cómo se han visto afectados por la pandemia, la Emergencia

Humanitaria Compleja y la profunda crisis nacional en todos los aspectos. Sin embargo, la protesta digital puede verse opacada ante la gran maquinaria comunicacional del régimen.

Es necesario formar activistas digitales que conozcan y expliquen cómo funcionan las redes sociales y cómo aprovechar el espacio para dar voz, educar y movilizar a la sociedad, depurar la información y verificar. Aumentar la protesta digital y contrarrestar la narrativa que buscan imponer los regímenes autoritarios es fundamental para evitar que se altere la percepción sobre lo que pasa en el país, así como seguir documentando las violaciones de derechos humanos, la persecución política y velar por la protección de los derechos digitales y la libertad de expresión.

40 Human Rights Watch. Cuba: Decreto de telecomunicaciones cercena la libertad de expresión. <https://www.hrw.org/es/news/2021/08/25/cuba-decreto-de-telecomunicaciones-cercena-la-libertad-de-expresion>

41 Human Rights Watch. Abuse of Cybercrime Measures Taints UN Talks. <https://www.hrw.org/news/2021/05/05/abuse-cybercrime-measures-taints-un-talks>



Puede escribirnos al número +58-424-1981060

[Contacto](#)

«La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Transparencia Venezuela y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».