



**ININCO UCV**  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
DE LA COMUNICACIÓN

Recibido: 15 /12/ 2018  
Aceptado: 26 /01/ 2019

# Estrategias de Guerra Informativa del Chavismo en Twitter

*Chavism Information War Strategies on Twitter*

© Publicación de conformidad con su autor. Esta cesión patrimonial comprende el derecho del Anuario ININCO para comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N°4638 extraordinario. 1o octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo del Anuario ININCOUCV.

**Iría Puyosa**  
(Venezuela-Ecuador)

Investigadora en comunicación política, participación ciudadana y políticas públicas para internet. Dra. Higher Education Public Policy (University of Michigan).  
Consultora y Docente de Educación Superior. Docente Facultad de Ciencias Sociales, UCV.

**[iria.puyosa@gmail.com](mailto:iria.puyosa@gmail.com)**

# Estrategias de guerra informativa del chavismo en *twitter*

Iria Puyosa

Universidad Central de Venezuela - FACES

## Resumen:

Se presenta un análisis de los temas que fueron *trending topics* durante todo el mes de mayo de 2018 en la conversación sobre Venezuela en Twitter. Se capturaron los datos de 31 tendencias y se indagaron la estructura de sus redes para delimitar las comunidades activas e identificar a los influyentes. El estudio se sustenta en la teoría de redes y en los métodos de análisis de redes sociales. Los resultados de la aplicación de técnicas de identificación de nodos centrales y de identificación de comunidades son la base para explicar tres estrategias usadas en Twitter por el gobierno de Venezuela durante ese breve lapso: 1) articulación de cuentas oficiales y cuentas automatizadas para alcanzar los *trending topics* diariamente; 2) promoción de etiquetas de distracción a través de la articulación de cuentas *cyborgs* y cuentas *bots*, con uso de mensajes emotivos, escandalosos, desinformativos, ofensivos y/o falsos; y 3) secuestro de etiquetas de la oposición para desvirtuar sus discursos e interferencia en los flujos de conversación de las diversas comunidades de opositores. La combinación de estas tres estrategias resulta en la violación del derecho a participar en los asuntos públicos por parte de los usuarios de Internet venezolanos, ya que vulneran principios como libertades de expresión y asociación, el acceso a la información y el derecho a participar en el debate sobre los asuntos públicos, consustanciales con la Internet libre, abierta y ajustada al respeto de los derechos humanos.

**Palabras clave:** Chavismo, propaganda patrocinada por el gobierno, desinformación, trolls, análisis de redes sociales; Venezuela; Twitter.

## Abstract:

An analysis of the topics that were trending topics during the month of May 2018 in the conversation about Venezuela on Twitter is presented. Data on 31 trends was captured and the structure of their networks was investigated to delimit the active communities and identify the influential nodes. The study is based on network theory and supported on the methods of social networks analysis. Results from the application of central nodes identification techniques as well as identification of communities are the basis to explain three strategies used in Twitter by the Venezuelan government during that period: 1) articulation of official accounts and automated accounts to achieve trending topics daily; 2) promotion of distraction hashtags through the articulation of cyborgs accounts and bot accounts, with the use of emotive, scandalous, disinformative, offensive and /or false messages; and 3) hijacking of opposition hashtags to distort their discourse and to interfere in the conversational flows of the various opposition communities. The combination of these three strategies results in the violation of the right to participate in public affairs by Venezuelan Internet users, since they violate principles such as freedom of expression and association, access to information and the right to participate in the debate on public affairs, consubstantial with the free Internet, open and respectful of human rights.

**Keywords:** Chavism, government sponsored propaganda, disinformation, trolls, social network analysis; Venezuela; Twitter.

# Estrategias de guerra informativa del chavismo en *twitter*

Iria Puyosa

Universidad Central de Venezuela-FACES

## Introducción

Desinformación patrocinada por el gobierno, propaganda automatizada, acoso cibernético y criminalización del discurso en línea<sup>1</sup>, todas estas modalidades caracterizan la política informativa del gobierno en Venezuela. Esta conclusión se obtiene de analizar una muestra de un mes de 2009, sólo en una de sus ventanas, la red social Twitter. Y más claramente desde 2012, las campañas de desinformación y falsificación de noticias han sido un aspecto constante del entorno de la comunicación política en Venezuela.<sup>2</sup>

De hecho, el gobierno venezolano fue pionero en el uso de bots, es decir, en la creación de tendencias de opinión en Twitter (2010). Una forma de acosar a oponentes políticos, con ataques verbales (2009). La piratería de las cuentas de conocidos opositores fue un recurso corriente entre 2011 y 2012. Los activistas del chavismo no tuvieron pudor en reconocer públicamente<sup>3</sup> acciones “patrióticas” de hacking.<sup>4</sup>

Debido a que actualmente el gobierno controla, directa o indirectamente, casi todos los medios de comunicación que llamamos tradicionales, la mayoría de los venezolanos, alrededor de 70% de la población según estudios de opinión de 2017<sup>5</sup>, confían más en los medios de Internet y en las aplicaciones de mensajería móvil para obtener información sobre asuntos políticos. Por ello, influir en la circulación de la información en línea es cada vez más importante para la actividad política.

Las elecciones presidenciales del 20 de mayo de 2018 se efectuaron con la exclusión por inhabilitación de los principales partidos y líderes políticos de oposición. Mientras que un número considerable de dirigentes se encontraban en el exilio o presos. Estas elecciones ofrecieron una rara oportunidad de documentar sistemáticamente los desórdenes de información promovidos por un gobierno venezolano.

---

<sup>1</sup> Detalles de casos de criminalización del discurso en línea y otras violaciones a los derechos de los usuarios pueden encontrarse en los reportes de Freedom on the Net, ente 2011 y 2017. Cf: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2017/venezuela>.

<sup>2</sup> Una detallada explicación de este tipo de prácticas de control en Venezuela se encuentra en el artículo: Puyosa, I. (2015). Control político de internet en el contexto de un régimen híbrido Venezuela 2007-2015. *Revista Teknokultura*, 12(3), 501-526.

<sup>3</sup> En septiembre de 2011, miembros de un grupo pro-gubernamental denominado N33 aseguraron vía Twitter y lo ratificaron a través del programa “La Hojilla” (transmitido por el canal del Estado, Venezolana de Televisión) que ellos se habían apropiado de cuentas de periodistas y activistas de la oposición.

<sup>4</sup> Personas que atacan técnicamente a aquellos que consideran amenazas a los intereses nacionales de su propio Estado, a menudo patrocinados por los gobiernos. Cf: Deibert, Ron and Rafal Rohozinski. “Cyber wars.” *Index on Censorship* 39.1 (2010): 79-90.

<sup>5</sup> Datos obtenidos de una encuesta nacional realizada por More Consulting entre el 5 y 6 de mayo de 2017. Ver: <http://www.moreconsulting.com.ve/consulting.html>.

## Muestra de mayo de 2018.

Un estudio de *trending topics* en *Twitter* (en adelante TT) durante el electoral mes de mayo de 2018 revelan claramente las tres estrategias más características usadas por el gobierno para intentar influir en la opinión política, interviniendo abiertamente para obstaculizar la participación ciudadana en los asuntos públicos.

La universalidad de Internet se apoya en cuatro principios D-A-A-M, fundamentales para el desarrollo de la Internet<sup>6</sup>, y que pone énfasis en la armonización entre el desarrollo en el uso de Internet y los Derechos Humanos. En una Internet libre y abierta se respetan los derechos establecidos en los acuerdos internacionales y permite a las personas disfrutarlos y ejercerlos plenamente. Esta concepción incluye toda la gama de interrelaciones entre Derechos Humanos y la Internet, como libertad de expresión y de asociación, acceso a la información y el derecho a participar en el debate sobre los asuntos públicos.

El estudio arrojó evidencias de obstáculos a la diversidad de la expresión en línea, así como interferencia indebida en los discursos de la oposición política y en la organización en línea de la sociedad civil en Venezuela. Estos obstáculos e interferencias se producen a través del despliegue de tres estrategias de campaña política permanente, que se exponen a continuación.

### Estrategia 1: Hashtag #Patria

Entre el 1º y el 20 de mayo, día de las elecciones, la estrategia del gobierno consistió en monopolizar diariamente TT. Durante la campaña, promovió 33 *hashtags* de campaña, utilizando 4.957 cuentas oficiales, transgrediendo expresamente la legislación venezolana, que prohíbe la participación de agencias del Estado y gubernamentales en campañas electorales.

En efecto, las campañas proselitistas por parte de las entidades del Estado venezolano viola los artículos 67 de la Constitución, 13 y 70 de la Ley Contra la Corrupción, y los artículos 14, numerales 1, 11 y 14, y 75, numerales 11 y 13 de la Ley Orgánica de Procesos Electorales. Todos estos prohíben claramente que los órganos del Estado participen de forma alguna en campañas de propaganda política y electoral.

<sup>6</sup> Ver: UNESCO (2015). Universalidad de Internet: Un medio para crear sociedades del conocimiento y la agenda de desarrollo sostenible después de 2015.  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/internet\\_universality\\_es\\_01.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/internet_universality_es_01.pdf)

Figura Nro. 1



Fuente: Elaboración propia.

La campaña en Twitter para la reelección del presidente Nicolás Maduro fue coordinada por el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información @Mippcvzla. Se realizaron esfuerzos sincronizados para copar los TT, a diario. Cada noche, la etiqueta gubernamental que se debe convertir en TT al día siguiente, se anuncia a través de la cuenta oficial @Mippcvzla y a través de canales de Telegram, de obligatoria suscripción para los funcionarios del gobierno. En la promoción de dichas etiquetas se incorporaron más de 63 mil cuentas. Un estimado de 500 mil cuentas automatizadas o cuentas *bots* fueron usadas en apoyo a la difusión de la campaña.

La **Figura Nro. 2** permite graficar un ejemplo: #PetroJuventudYFuturo fue TT típico de la campaña presidencial de Nicolás Maduro. La etiqueta fue generada por @minturvenezuela. Y @Mippcvzla lo promovió como etiqueta del día el 5 de mayo. @CarnetDLaPatria fue la cuenta con mayor centralidad de intermediación en la red de #PetroJuventudYFuturo, conectando los distintos *clusters* al generar los tweets que recibieron más *retweets* (en adelante RTs) a lo largo de toda la red, en la cual participaron 7.464 cuentas, que publicaron 12.470 tweets con el hashtag de dicha etiqueta. El ocho por ciento de los tweets provinieron de cuentas asociadas con @tuiteros\_vzla, una comunidad de activistas pro gubernamentales. La cuenta de los Comités Locales de Abastecimiento y Producción @CLAPoficial es otra de las cuentas con elevada influencia en la articulación de esta red. En la gráfica también se observa la participación de las cuentas oficiales de distintos ministerios, empresas del Estado y altos funcionarios del gobierno. Importante destacar la actividad de Regiones Estratégicas de Defensa Integral (REDIs) de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana (FANB) y de las Zona Operativa de Defensa Integral (ZODIs).



El “Carnet de la Patria” es una documentación implementada por el gobierno venezolano desde 2017 como parte de un sistema de identificación de los diferentes programas de ayudas sociales y subsidios del Estado. Consiste en una base de datos donde cada registro cuenta con un código QR. Pero este sistema también ha sido utilizado como sistema de identidad en simulacros electorales, además de forma de control de potenciales votos en las elecciones locales, regionales y presidenciales, cuando de manera abierta el partido del gobierno usó el sistema para sus actividades de movilización electoral.

Los contenidos de la cuenta @CarnetDLaPatria se relacionaban directamente con la movilización electoral, asociados al uso de los beneficios sociales. En sus tweets se insistía que los usuarios del carnet debían pasar el día de la votación por un “Punto Tricolor”, instalados en las inmediaciones de cada Centro Electoral, para escanear el código QR de su carnet. Subyace en la mensajería el riesgo de perder los beneficios sociales asociados al Carnet en caso de no acudir al Punto Tricolor respectivo.

De manera similar operó la cuenta @patria\_ve, que enlaza a la plataforma oficial de las aplicaciones de los nuevos programas de seguridad social del Estado venezolano (<https://www.patria.org.ve/login>). Esta cuenta generó la etiqueta #VenezuelaEsDemocracia, que se promovió para los TT del 19 de mayo, en vísperas de las votaciones. Dichos programas y sus cuentas son:



**veQR** es la aplicación que conecta al PODER POPULAR con los programas de protección social del Presidente NICOLÁS MADURO a través del Carnet de la Patria.



**vePatria** permite acceder, desde su teléfono móvil, a <https://www.patria.org.ve> utilizando un entorno que garantiza su correcto funcionamiento. La Plataforma PATRIA forma parte del Sistema de Protección del Carnet de la Patria.



**veMonedero** es la aplicación que se conecta con el Monedero Patria. En su versión inicial permite consultar el saldo y revisar las operaciones, gradualmente incorporará nuevas funcionalidades.



**Billetera Móvil** convierte tu Carnet de la Patria en un medio de pago a través del código QR. Facilita a todo el pueblo la adquisición de bienes y servicios de una manera rápida, fácil y segura.

Figura Nro. 4



Participó también la cuenta de los Comités Locales de Abastecimiento y Producción (CLAP), a través de su cuenta Twitter @ClapOficial. Desde allí se promovió la etiqueta #VotaSiQuieresPatria. La línea argumental de esta cuenta en la campaña presidencial fue el asociar la obtención de alimentos distribuidos por los CLAPs como beneficios la Revolución Bolivariana al que había que dar continuidad.

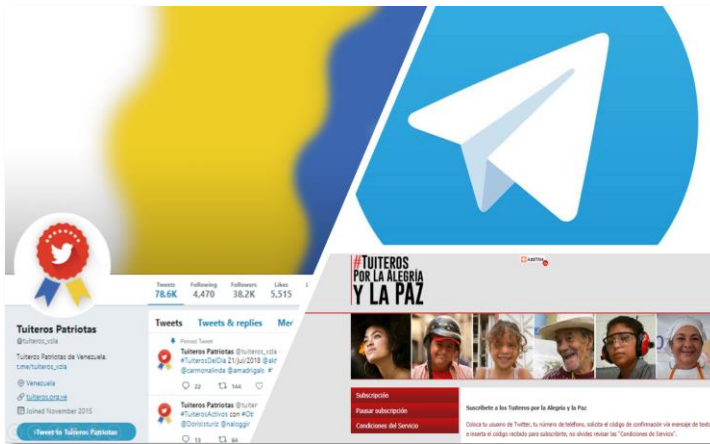
En la difusión de los mensajes de @ClapOficial actuaron los Comunicadores CLAP, que son personas entrenadas para difundir los mensajes favorables al gobierno, particularmente los relacionados con el uso del Carnet de la Patria y la distribución



de alimentos. También se les asignaban tareas de RTs de todas las cuentas oficiales y de contenidos de campaña negra contra opositores.

Para complementar los esfuerzos para alcanzar los TT, una red de Tuiteros Patriotas (@tuiteros\_vzla) contó con más 38 mil seguidores durante momento de la campaña. Esta red oficialista cuenta con su propia plataforma de registro de datos, a través de la plataforma web [www.tuiteros.org.ve](http://www.tuiteros.org.ve) #TuiterosPorLaAlegríaYLaPaz. Desde su cuenta en Twitter, se giraban instrucciones para la generación de tweets con la etiqueta del día. Igualmente, los suscriptores de Tuiteros Patriotas reciben las instrucciones de la etiqueta vía el canal Telegram de la red ([https://t.me/tuiteros\\_vzla](https://t.me/tuiteros_vzla)). Asimismo, se pueden activar la suscripción vía un código corto de SMS. Durante la campaña, los activistas de Tuiteros Patriotas que utilizaban la etiqueta del día participaban en el sorteo de premios que podían alcanzar hasta el monto de un salario mínimo mensual (2\$ o 3\$ al cambio en el mercado paralelo).

Figura Nro. 5



Fuente: Elaboración propia.

Aparentemente, los Tuiteros Patriotas y los Comunicadores CLAP no son contratados para cumplir esta actividad en particular, pero es de suponer que formaban parte de la nómina gubernamental, aunque motivados además por incentivos como las rifas y obtención de bonos gubernamentales especiales, por su papel en la actividad de publicar en Twitter. Para los efectos oficiales, los *tuiteros patriotas* no son empleados de los distintos ministerios como educación, salud, alimentación, cultura, turismo, vivienda, mujer, etcétera, sino que son voluntarios "batalladores digitales".

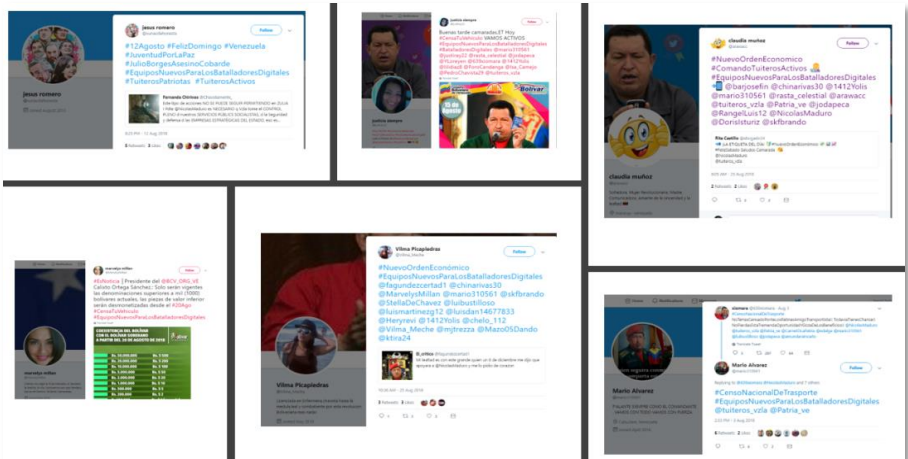
Figura Nro. 6



Fuente: Elaboración propia.

Las demandas de teléfonos celulares son comunes en las réplicas a los tweets de las cuentas @CarnetDLaPatria, @patria\_ve, @ClapOficial y @tuiteros\_vzla. Incluso, en agosto 2018, se generó la etiqueta #EquiposNuevosParaLosBatalladoresDigitales que los tuiteros patriotas agregaron por su propia iniciativa en los hashtags oficiales del día.

Figura Nro. 7



Fuente: Elaboración propia.

## Estrategia 2: Distracción automatizada

La segunda estrategia del chavismo en Twitter, un tanto más sofisticada, consiste en la manipulación del espacio comunicacional, introduciendo distracciones para desviar los debates de la sociedad civil en Twitter. Puede llamarse *distracción automatizada*. Durante la campaña, se generaron etiquetas sobre temas marginales de la agenda política, en especial de aquellos que producen divergencias en la opinión opositora, que incluso rayan en lo absurdo.

Uno de los TT del mes de mayo fue #ConMiBancoNoTeMetas, etiqueta usada esporádicamente, desde 2010, sin haber logrado viralidad como para escalar en los *trending*. El 4 de mayo, @elcapitansur publica un tweet con la etiqueta #Conmibanconotemetas, que de inmediato obtiene 1.054 RTs. La etiqueta hacía alusión a la intervención de la entidad financiera BANESCO, pero el texto del mensaje exageraba escandalosamente una declaración de la OEA sin ninguna conexión con el problema de la intervención bancaria.

Figura Nro. 8



Fuente: Elaboración propia.

La cuenta @elcapitansur difunde a menudo noticias falsas y memes desinformativos. Tiene también un canal en Youtube con contenidos satíricos y otra cuenta en Instagram con memes antichavistas. Sus tweets expresan posturas extremas, llamando a invasiones militares, a la violencia, a la homofobia y con mensajes religiosos. Sigue muchas cuentas pornográficas. Unos 4 mil de sus 10 mil seguidores poseen cuentas bots.

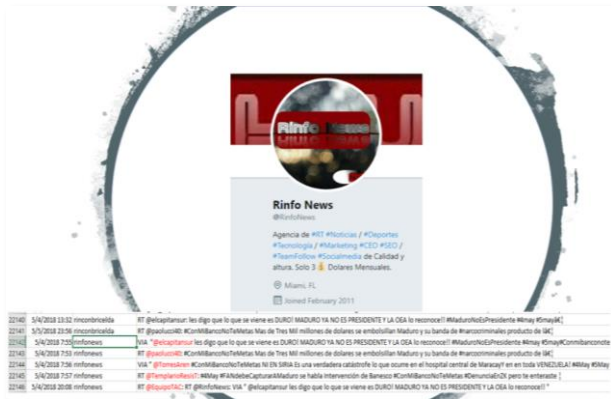
Figura Nro. 9



Fuente: Elaboración propia

El tweet viral de @elcapitansur con la etiqueta #Conmibanconotemetas recibió RTs de asociados al #EquipoTAC, cuentas bots y cuentas asociadas a Tuiteros Patriotas, así como RTs pagados del servicio RinfoNews. Algunos opositores se sumaron a la etiqueta, contribuyendo a llevarla a los trending topics. No obstante, la etiqueta fue ignorada por los principales partidos de oposición y sus activistas.

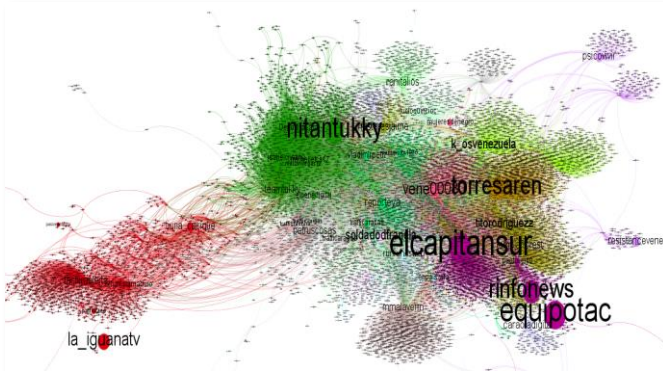
Figura Nro. 10



Fuente: Elaboración propia.

Otras opciones usadas por el gobierno, es por ejemplo, la cuenta @RinfoNews, un servicio que cobra 3\$ mensuales por RTs. La descripción de su cuenta Twitter indicaba que estaban ubicados en Miami, pero la mayoría de sus tweets geolocalizados provenían de México. @RinfoNews promovió RTs con la etiqueta #ConMiBancoNoTeMetas publicados por @elcapitansur, @TorresAren, @Templari0ResisT (miembro de #TeamHDP #LaListaJustin, otra comunidad extremista que fue muy activa en 2017) y @EquipoTAC. No fue posible localizar un sitio web de la empresa y para el mes de agosto 2018 la cuenta @RinfoNews había cambiado su nombre a @RinfoMundial.

Figura Nro. 11



Fuente: Elaboración propia.

**Figura Nro. 11:** #ConMiBancoNoTeMetas puede ser considerado un *trending topic* de distracción. @elcapitansur fue la cuenta con mayor centralidad de intermediación en esta red, conectando los distintos *clusters* y generando el tweet que recibió más RTs a lo largo de toda la red, en la cual participaron 9,038 cuentas que publicaron 17,680 tweets. Siete por ciento de los tweets con esta etiqueta provinieron de cuentas asociadas con los Tuiteros Patriotas, aunque la cuenta @tuiteros\_vzla no participó directamente. @EquipoTAC es otra de las comunidades con elevada influencia en la articulación de este *trending topic*. En el grafo también se observa la participación de una serie de cuentas que comparten la característica de atacar tanto al gobierno como a la oposición democrática, como es el caso de @TorresAren, @Templari0ResisT, @VENEO0080 y @TITORODRIGUEZZ. En esta etiqueta también estuvo activa la cuenta @soldadoDfranela que se hizo famosa a partir del atentado con los drones, ocurrido el 4 de agosto!

El conjunto de perfiles identificados como parte de la estrategia de distracción, así como de la estrategia de infiltración, que sigue a continuación, comparten las siguientes características:

- Son perfiles multiplataforma Twitter, Instagram y YouTube.
- Son anónimos, exhiben un comportamiento *cyborg* (patrones de tweets y RTs que se acercan a los exhibidos en cuentas automatizadas, pero con *personalidades* que sugieren un usuario real).

- Propagan memes, publican enlaces a noticias escandalosas (falsas o auténticas), usan imágenes emotivas y hacen parodias de líderes políticos tanto de la oposición como del chavismo.

La cuenta #EquipoTAC, Tuiteros Anti Castrocomunistas, es una comunidad en la que predominan cuentas *cyborgs*. Se dedican a atacar a la oposición desde una postura antigubernamental extremistas.

Figura Nro. 12



Fuente: Elaboración propia.

Un ejército de *Trolls* se divide en cinco escuadrones: Pro-Gobierno, Opositores, Neutros, Distracción y Fake News. El estudio permitió identificar *Trolls* Pro-Gobierno y Falsos Opositores, *Trolls Fake News* y *Trolls* de Distracción. Los *Trolls Fake News* y *Trolls* de Distracción trabajan principalmente en la estrategia de distractiva. Mientras que los Falsos Opositores trabajan principalmente en la estrategia de interferencia e infiltración. Los *Trolls* pro-gobierno, Tuiteros Patriotas y Comunicadores CLAP, apoyan las campañas oficiales.

La evidencia sugiere que se crearon un conjunto de cuentas de distracción y el gobierno alentó la propagación de “falsos positivos” o noticias falsas con el objetivo de contaminar el espacio de noticias de Twitter. Evidencia obtenida de este estudio coincide con lo establecido en un documento filtrado del Ministerio del Interior y Justicia, “Ejército de *Trolls* de la Revolución Bolivariana”, que contiene información en la estrategia de Twitter del gobierno.

### Estrategia 3: Interferencia e infiltración en las redes opositoras.

La tercera modalidad del chavismo en Twitter es el secuestro de las etiquetas de la oposición democrática, y la interferencia en sus conversaciones. En la muestra de TT analizada observamos reiteradamente el patrón de interferencia en el discurso de la oposición en Twitter.

Tan pronto como una etiqueta de la oposición democrática comenzaba a entrar en los TT, un miembro de #EquipoTAC utilizaba el hashtag en un tweet con un

<sup>7</sup> El documento “Ejército de Trolls de la Revolución Bolivariana” está disponible en el sitio web IPYS Venezuela: <https://ipysvenezuela.org/alerta/gobierno-incentiva-la-vigilancia-redes-sociales-la-difusion-noticias-falsas/>

contenido divergente. Ese tweet rápidamente era viralizado por *bots* asociados al #EquipoTAC, teniendo el efecto de sumergir los tweets de los partidos y dirigentes de oposición.

Es muy notable la diferencia en el lenguaje, tono y valores en los contenidos de los tweets de las cuentas oficiales de la oposición en comparación con los tweets de las cuentas *cyborgs*. Mientras que en las cuentas de la oposición se hace hincapié en la denuncia de problemas sociales, llamadas al diálogo con los ciudadanos y la lucha por la libertad, en los tweets de cuentas extremistas *cyborg* encontramos maldiciones, insultos a las víctimas, insultos a los funcionarios del gobierno y noticias falsas.

Es relevante destacar que otros estudios de opinión pública han encontrado que el tipo de discurso utilizado por las cuentas extremistas es rechazado por la mayoría de las bases de la oposición democrática y tiene un efecto desmovilizador.

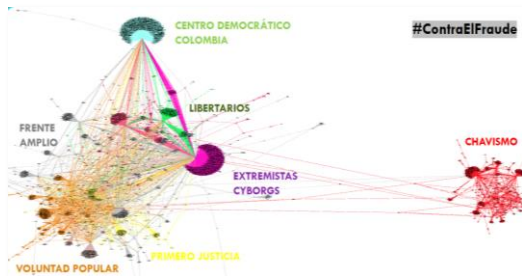
Figura Nro. 12



Fuente: Elaboración propia.

La estrategia no se limita a la interferencia discursiva, sino pasa a la infiltración en la estructura de las redes. Las cuentas *cyborg* identificadas en el estudio están conectadas directamente con las cuentas oficiales de chavismo y establecen vínculos con activistas opuestos al chavismo en el exterior de Venezuela. Por otro lado, no mantienen vínculos con las cuentas oficiales de la oposición. En su accionar, intentan aislar a los grupos opositores que tienen críticas y diferencias tácticas con los líderes de la oposición, favoreciendo la fragmentación y poniendo obstáculos a la unidad.

Figura Nro. 13



En la **Figura Nro. 13** los nodos del TT #ContraElFraudeProtestoEl16 aparecen del mismo color cuando comparten un alto porcentaje de seguidores/seguidos, algo que ocurre comúnmente entre militantes de un mismo partido. Y están más cerca en la medida en que sus contenidos son similares. Las líneas entre los nodos reflejan menciones o RTs. En el gráfico se puede ver que las cuentas cyborg “oposición extremista” identificadas en morado comparten contenidos (palabras clave - enlaces) y seguidores/seguidos con el chavismo, en cuentas de activistas del chavismo reales y con la oposición extremista, muchos basados en Miami, en color verde. Asimismo, desde estas cuentas cyborg se observa relación con partidarios de Iván Duque en Colombia. En cambio, no tienen muchos elementos en conexión con la oposición democrática institucional como los partidos Voluntad Popular y Primero Justicia, así como la coalición Frente Amplio.

La estrategia de interferencia e infiltración se dirige a las comunidades más polarizadas, entre las distintas comunidades de la oposición. Las cuentas de falsos opositores extremistas se infiltran dentro en estas comunidades. Estas cuentas interactúan con personas reales de esas comunidades para generar credibilidad. Una vez que se ha establecido su influencia, pueden introducir nuevos puntos de vista y amplificar la división con mensajes incendiarios.

## Conclusiones

El estudio reunió evidencia sobre cómo el gobierno pone obstáculos a la diversidad de expresiones en línea y realiza interferencias indebidas con la oposición política y la organización en línea de la sociedad civil.

Tres estrategias fueron usadas en Twitter por el gobierno de Venezuela durante el período de estudio:

- 1) Articulación de cuentas oficiales y cuentas automatizadas para alcanzar los *trending topics* diariamente;
- 2) Promoción de etiquetas de distracción a través de la articulación de cuentas *cyborgs* y cuentas *bots*, con uso de mensajes emotivos, escandalosos, desinformativos, ofensivos y/o falsos;
- 3) Secuestro de etiquetas de la oposición para desvirtuar sus discursos e interferir en sus flujos de conversación. En el reporte sólo se discuten algunos casos ejemplares, en función de la concisión, pero los mismos patrones fueron observados en los otros casos analizados. El despliegue combinado de las tres estrategias identificadas configura una violación sistemática del derecho a participar en los asuntos públicos de los usuarios de Internet venezolanos.

## Nota metodológica

El estudio se centró en el análisis de datos relacionales de las comunidades en torno a temas que fueron *trending topics* durante mayo de 2018 en Twitter Venezuela (ver lista de hashtags). La captura de datos a través de la API de Twitter estuvo a cargo del servicio Trendinalia (<https://www.trendinalia.com/>). Utilizando el software NodeXL se hizo el análisis exploratorio de las métricas de los grafos de redes correspondientes, la detección de influyentes usando métricas de centralidad y la delimitación de conglomerados usando el algoritmo *algorithm Cluaset-Newman-Moore*. Un análisis más exhaustivo fue realizado usando el software *Gephi*, para delimitar con mayor precisión las comunidades usando el algoritmo de modularidad, en modo aleatorio con resolución 1.0. Asimismo, se identificaron los usuarios más influyentes usando las medidas de centralidad de intermediación,



centralidad de vector, *page rank* y autoridad. Los gráficos de las redes que ilustran el reporte fueron generados en Gephi, usando el algoritmo Force Atlas2.

### Hashtags

1. #PatriaSinCarnet
2. #VotarONoVotar
3. #ConTibyTodoVotoEsPaMaduro
4. #PetroJuventudYFuturo
5. #ConMiBancoNoTeMetas
6. #UnidosContraElFraude
7. #ANGobiernoDeTransicionYa
8. #ZapateroYMaduroFraudeSeguro
9. #I6MProtestaContraElFraude
10. #I6MCalleContraElFraude
11. #VotaSiQuieresPatria
12. #CAMBIOcarnetPorLibertad
13. #PaLaCalleElI6ContraElFraude
14. #FalconPresidenteDeVzla
15. #ContraElFraudeProtestoElI6
16. #MañanaCalleContraElFraude
17. #ElI20desobedece
18. #VenezuelaEsDemocracia
19. #YoNoVotoEste20DeMayo
20. #VzlaSeRebeló
21. #VamosDeFrentePorVzlaLibre
22. #Petare
23. #apostilla
24. #RebellionNacionalYA
25. #VenezuelaNoSeRinde
26. #SeisLineasDeMaduro
27. #EleccionesDondeElVecino
28. #CaosMonetario
29. #OEAconVzla
30. #OtraMud
31. #EquiposNuevosParaLosBatalladoresDigitales (Agosto)

### Fuentes recomendadas:

#### ***En español***

PUYOSA, Iria, & CHAGUACEDA, A.

2017 "Cinco regímenes políticos en Latinoamérica, libertad de internet y mecanismos de control", en *Retos*, 7(14), 11-37.

PUYOSA, Iria.

2015 "Control político de internet en el contexto de un régimen híbrido Venezuela 2007-2015", en *Revista Teknokultura*, 12(3), 501-526.

ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M., TORRES-TOUKOUMIDIS, Á., & AGUADED, I.

2017 "Métodos de censura en regímenes autocráticos intermedios: Estudio de caso de países iberoamericanos 2000-2016", en *Revista ESPACIOS*, 38(28).

URRIBARRI, R. & M. DÍAZ.

2018 Políticas públicas para el acceso a internet en Venezuela. *Derechos Digitales*.

**En inglés**

BRADSHAW, S., & HOWARD, P. N.

2018 Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2018.1. Oxford, England: Project on Computational Propaganda, Oxford Internet Institute, Oxford University.

KERR, J.

2014 The Digital Dictator's Dilemma: Internet Regulation and Political Control in Non-Democratic States. Palo Alto: The Center for International Security and Cooperation - Stanford University.

NYST, Carly & Nicholas MONACO

2018 State-Sponsored Trolling: How Governments Are Deploying Disinformation as Part of Broader Digital Harassment Campaigns. Institute for the Future.

PUDDINGTON, A.

2017 Breaking Down Democracy: Goals, Strategies, and Methods of Modern Authoritarians. Freedom House.

SHOREY, S., & HOWARD, P.

2016 "Automation, Algorithms, and Politics| Automation, Big Data and Politics: A Research Review", in International Journal Of Communication, 10, 24. Retrieved from <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6233/1812>.

TUCKER, J., GUESS, A., BARBERÁ, P., VACCARI, C., SIEGEL, A., SANOVICH, S., ... & NYHAN, B.

2018 Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature.

WHITE, Jon.

2016 Dismiss, Distort, Distract, and Dismay: Continuity and Change in Russian Disinformation. Issue brief no. 2016/13. Brussels: Institute for European Studies. Report, 2016. Print.

WOOLLEY, S. C.

2016 "Automating power: Social bot interference in global politics", in First Monday, 21(4).

WOOLLEY, S. C., & HOWARD, P. N.

2017 Computational propaganda worldwide. Computational Propaganda Project.