

INFORME DETALLADO

Informe de Comportamiento Inauténtico Coordinado - Octubre 2021



FACEBOOK

Trabajamos constantemente para detectar y detener campañas coordinadas que buscan manipular el debate público en nuestras aplicaciones.

EL PROPÓSITO DE ESTE REPORTE

Durante los últimos cuatro años, hemos compartido [informes sobre el comportamiento inauténtico coordinado](#) (CIB) que detectamos y eliminamos de nuestras plataformas. Como parte de los informes regulares de CIB, compartimos datos de las redes que removimos durante el curso de un mes para facilitar que las personas vean el progreso de nuestro trabajo en un solo lugar.

¿QUÉ ES CIB?

Vemos CIB como esfuerzos coordinados para manipular el debate público y lograr un objetivo estratégico, en donde las cuentas falsas son parte central de la operación. Hay dos tipos de actividades que buscamos detener: 1) comportamiento inauténtico coordinado en el contexto de campañas locales y no gubernamentales, y 2) comportamiento inauténtico coordinado a nombre de un actor extranjero o gubernamental.

Cuando detectamos campañas locales no gubernamentales que involucran grupos de cuentas o Páginas buscando engañar a la gente acerca de quiénes son y qué hacen usando cuentas falsas, eliminamos tanto las cuentas inauténticas como las auténticas, así como Páginas y Grupos involucrados directamente en esta actividad.

MEDIDAS CONTINUAS

Monitoreamos los esfuerzos para restablecer la presencia en Facebook de redes que ya hemos removido previamente. Usando detección automática y manual, eliminamos constantemente cuentas y Páginas conectadas a redes que removimos en el pasado.

RESUMEN DE LOS DESCUBRIMIENTOS DE OCTUBRE 2021

Nuestros equipos continúan enfocándose en detectar y eliminar campañas diseñadas para engañar a las personas alrededor del mundo, ya sean extranjeras o locales. En octubre, eliminamos una red en Nicaragua que se dirigía a audiencias locales en el país. Compartimos nuestros hallazgos con socios en la industria, investigadores y expertos en políticas públicas.

Sabemos que las operaciones de influencia seguirán evolucionando conforme nuestras acciones avancen y que surgirán nuevos comportamientos engañosos. Seguiremos refinando nuestras medidas y compartiendo nuestros descubrimientos públicamente. Hemos progresado en el objetivo de erradicar este abuso pero, como ya hemos señalado, es un esfuerzo continuo. Estamos comprometidos a mejorar constantemente para estar un paso adelante, construyendo mejor tecnología, contratando más personas y trabajando de cerca con las autoridades, expertos en seguridad y otras compañías.

(Actualizaremos estas cifras tan pronto estén disponibles los últimos datos)

- **Número total de cuentas de Facebook eliminadas:** 937
- **Número total de cuentas de Instagram eliminadas:** 363
- **Número total de Páginas eliminadas:** 140
- **Número total de Grupos eliminados:** 24

Redes eliminadas en octubre de 2021:

1. **Nicaragua:** Eliminamos una red de 937 cuentas de Facebook, 140 Páginas, 24 Grupos y 363 cuentas de Instagram. Esta operación se dirigía a audiencias locales y estaba vinculada al gobierno de Nicaragua y el partido Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN). Detectamos una parte de esta red a través de una investigación interna sobre comportamiento inauténtico coordinado en la región, y el resto tras revisar reportes públicos sobre esta actividad.

01

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DETALLADO

GRANJA DE TROLLS INTERGUBERNAMENTAL EN NICARAGUA

Por Luis Fernando Alonso, Analista de Inteligencia; Ben Nimmo, Líder Global de Inteligencia para Operaciones de Influencia

RESUMEN EJECUTIVO:

Eliminamos una granja de trolls operada por el gobierno de Nicaragua y el partido Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN). Esta es una de las operaciones de trolls más marcadamente intergubernamental que hemos desactivado hasta el día de hoy, por incluir múltiples entidades estatales. Era operada principalmente por empleados del Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR), trabajando desde las oficinas centrales del servicio de correos en Managua. Adicionalmente, otros grupos más pequeños de cuentas falsas eran operados desde otras instituciones de gobierno, como la corte suprema y el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social.

Esta campaña tenía presencia en distintas plataformas, con una red compleja de marcas de medios de comunicación en Facebook, TikTok, Instagram, Twitter, YouTube, Blogspot y Telegram, así como sitios web vinculados a estas. Publicaban contenido positivo acerca del gobierno y comentarios negativos sobre la oposición, usando cientos de cuentas falsas para promover sus posts.

Esta red es un ejemplo de una “granja de trolls” – un esfuerzo coordinado de operadores que comparten una ubicación para corromper o manipular el discurso público mediante el uso de cuentas falsas para crear identidades falsas en diversas plataformas y engañar a la gente acerca de quién está detrás de la operación. Se diferencia de las granjas dedicadas a crear o distribuir contenido *cazaclinks*, que tienen un incentivo financiero, no dependen necesariamente de cuentas falsas, y usan Páginas y Grupos para publicar contenido llamativo que dirija a las personas a sitios web fuera de la plataforma para monetizar.

La red comenzó en abril de 2018, cuando el gobierno nicaragüense reprimió una oleada de protestas lideradas por estudiantes a nivel nacional, según fue reportado por la prensa internacional. Inicialmente, en 2018-2019, se concentró en desacreditar a los manifestantes, esparcir información falsa y reportar masivamente a personas que estaban

en contra del gobierno. Desde finales de 2019 en adelante, conforme la red se sofisticaba, pasó de criticar a la oposición y a los manifestantes a amplificar sus propias marcas de medios y contenido pro gobierno. La campaña pareció tener por objetivo una saturación del ecosistema de Internet en Nicaragua con mensajes a favor del gobierno.

Eliminamos esta red por infringir nuestra política contra de interferencia extranjera o gubernamental, que es [comportamiento inauténtico coordinado](#) a nombre de una entidad extranjera o gubernamental. A medida que fusionaba actividades encubiertas, vinculadas a partidos y al estado, detectamos repetidamente vínculos entre las Páginas de trolls y las Páginas asociadas con el gobierno.

Como dijimos en [2019](#), las operaciones operadas por un gobierno que se dirigen a sus propios ciudadanos son especialmente preocupantes cuando combinan técnicas para engañar con el poder real del Estado. El uso de empleados e infraestructura gubernamentales para manejar operaciones de trolls a gran escala y en diversas plataformas es una tendencia problemática: solo este año, hemos eliminado redes de comportamiento inauténtico coordinado vinculadas al estado en [Etiopía](#), [Uganda](#), [Sudán](#), [Tailandia](#) y [Azerbaián](#).

LA REMOCIÓN EN NÚMEROS

- Presencia en Facebook e Instagram: 937 cuentas de Facebook, 140 Páginas, 24 Grupos y 363 cuentas de Instagram
- Seguidores: Alrededor de 585.000 cuentas seguían una o más de estas Páginas, unas 74.500 cuentas se unieron a uno o más de estos Grupos, y cerca de 125.000 cuentas siguieron una o más de estas cuentas de Instagram.
- Publicidad: Alrededor de \$12.000 dólares en inversión publicitaria en Facebook e Instagram, pagada principalmente en moneda nicaragüense y dólares estadounidenses. Esto incluye la totalidad de la actividad publicitaria tanto de las cuentas inauténticas como de las auténticas eliminadas como parte de esta red.

TROLLING EN MANAGUA

La operación empezó a crear cuentas falsas en abril de 2018, cuando estallaron protestas en Nicaragua. En ese momento, esta red lanzó una campaña en línea en contra de los manifestantes y los críticos del gobierno. Entre abril y junio de 2018 fueron creadas más cuentas falsas que en cualquier otro periodo. Muchas de ellas, detectadas y eliminadas por nuestros sistemas automatizados.

Algunas de las cuentas falsas de la operación se hacían pasar por estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Managua, otras se hacían pasar por defensores del gobierno e invitaban a “la gente” a “actuar” en contra de los manifestantes, retaban a los líderes de las protestas y se pronunciaban a favor de la detención y encarcelamiento de figuras de la oposición.



Publicación de una persona falsa, llamando "delincuentes" a manifestantes de 2018.

La operación también intentó reportar de forma coordinada a los críticos del gobierno en un aparente intento de que los removiéramos de nuestra plataforma para silenciarlos. Esto incluyó activistas, medios de comunicación independientes y personas que criticaban las políticas del gobierno. Nuestro análisis de esos reportes indica que la gran mayoría fueron

rechazados. En por lo menos un caso, la red intentó que se eliminara una serie de publicaciones que expusieron esta actividad, incluyendo fotos de lo que parece ser una sala de trolls dentro del edificio de TELCOR en Managua. Este intento también falló. A pesar de ser poco exitosa, esta táctica muestra cómo la organización buscaba controlar el ecosistema informativo cotidiano de los nicaragüenses.

A pesar de que los operadores se hacían pasar por ciudadanos comunes de Nicaragua, nuestra investigación detectó que mucha de la actividad era operada desde entidades relacionadas al gobierno en Managua, incluyendo TELCOR.

¿CÓMO OPERABA?

La operación se puede dividir a grandes rasgos en dos fases. Primero, desde principios de 2018 a 2019, se enfocó en criticar a miembros de la oposición. Parte de esta actividad se mantuvo, aunque desde finales de 2019 en adelante la red se enfocó mayoritariamente en publicar y amplificar artificialmente elogios al gobierno nicaragüense y al partido oficial FSLN. Esta actividad también incluyó contenido no relacionado a la política como turismo y deportes en Nicaragua. El volumen de publicaciones y la diversidad de marcas de medios de comunicación creció a lo largo del tiempo.

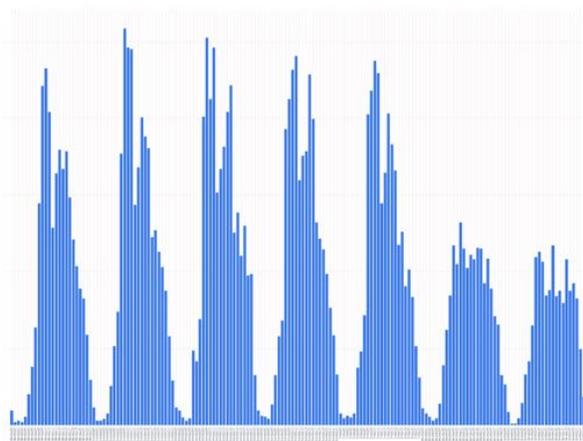
Conforme esta conducta cambió, la red se hizo más compleja y con mayor participación gubernamental. Los operadores crearon un número de perfiles falsos y marcas de medios, algunas de las cuales se autodefinían como miembros independientes de comunidades locales, con presencia en diversas redes sociales, blogs y sitios web. En ciertas ocasiones, intentaron hacerse pasar por organizaciones de oposición política.



Una de las principales marcas de la operación, el blog Molotov Digital, en octubre 25 de 2021, mostrando los links a las cuentas de redes sociales

Si bien la operación se originó en TELCOR, identificamos diversos clusters de actividad conectada que eran operados desde diferentes instituciones de gobierno. Estas entidades adicionales incluían a la Suprema Corte y al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS). De acuerdo con un reporte de código abierto, la granja de trolls de TELCOR operaba como un centro de formación para el personal de otras instituciones gubernamentales, y como el centro principal de actividad inauténtica. Nuestras observaciones técnicas están alineadas con este reporte.

La red estaba profundamente relacionada con la infraestructura oficial de comunicaciones del gobierno. Detectamos superposiciones técnicas entre la operación de trolls y las Páginas oficiales que representan diversas áreas del gobierno y al partido FSLN, y algunos medios que, según [reportes públicos](#), están relacionados con la familia del presidente Ortega. Funcionaba con un horario definido: de 9am a 5pm, de lunes a viernes, con una hora de receso al mediodía y con personal reducido los fines de semana.



La operación cambiaba de patrones a lo largo de la semana, ajustado a la hora de Managua. A destacar el pico de actividad a última hora de la mañana, la caída a mitad del día y la reducción significativa del volumen de publicaciones durante los fines de semana.

RED DE MEDIOS EN INTERNET

La parte medular de esta operación, especialmente en sus etapas posteriores, fueron las distintas marcas de medios de comunicación, que estaban basadas sobre sitios web y cada una administraba cuentas de redes sociales, como Twitter, TikTok, Telegram y YouTube, así también como Facebook e Instagram.

Como lo mencionamos en nuestro [Informe](#) a principios de este año, las operaciones de influencia usan, cada vez más, entidades de medios para dar credibilidad a sus campañas engañosas. El uso de un gran número de marcas separadas parece haber sido un intento por inundar el espacio informativo nicaragüense de contenido progubernamental, generando la apariencia de un intenso y diverso debate público de lo que realmente era una campaña orquestada de forma centralizada.

El estilo visual de las marcas de medios era variado. Dos de las primeras, llamadas Molotov Digital y Siempre Mas Allá se construyeron en Blogspot y Blogger respectivamente. Usaban plantillas de diseño simples, pero cada una mostraba en la parte superior links a sus cuentas en Facebook, YouTube, Twitter y Telegram.

Un tercer sitio, Redvolución (un juego de palabras de “red” y “revolución”) tenía un diseño más sofisticado basado en WordPress, junto con cuentas en YouTube, Facebook, Twitter e Instagram. De contenido partidista, mostraba un banner que contaba los segundos “hasta el triunfo electoral del FSLN en 2021”.



Visual de la marca Redvolución, desacreditando a la líder de la oposición, Cristiana Chamorro, cuya madre, Violeta, fue presidenta de Nicaragua entre 1990 y 1997.

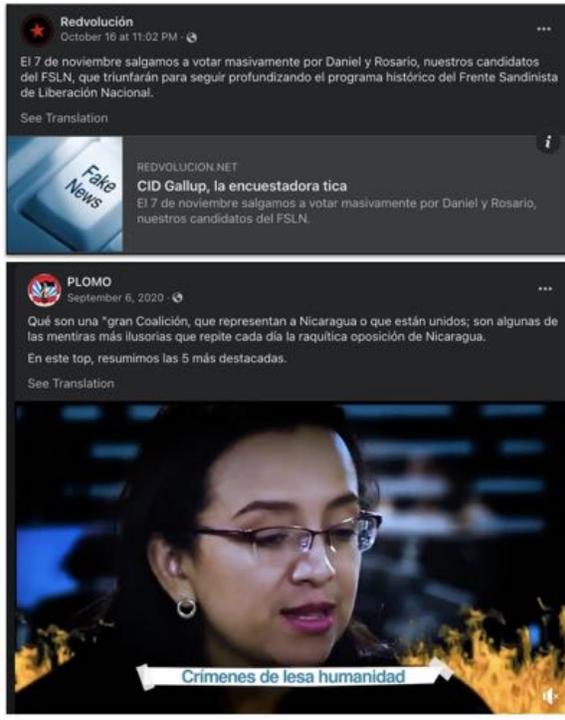
Muchas de las marcas de medios acusaban a los críticos del gobierno de tener una conducta inauténtica similar a de la propia operación desarticulada. Por ejemplo, el sitio “Redvolución” tenía una sección llamada “Manipulación”, en la que acusaba a los críticos del gobierno y a sus aliados internacionales de difundir “fake news”. De forma similar, otra Página, Nicaragua Noticias Falsas, se enfocaba principalmente en acusar a los críticos del régimen de publicar información falsa.



Una publicación de Nicaragua Noticias Falsas

Algunas de las marcas de la operación se autovinculaban con el FSLN, como el sitio web barricada[.]com[.]ni, cuyo logo incluía las iniciales del partido; el nombre es el mismo que el de una revista del FSLN del siglo XX. El sitio web Barricada usaba el mismo código de Google Analytics que los sitios de Redvolución y Radio Nicaragua.

Estas marcas mostraban variaciones en su forma de operar. Las marcas más grandes, que se crearon después de las protestas de 2018, mezclaban comentarios a favor del gobierno y mensajes en contra de la oposición. Las marcas más pequeñas eran en su mayoría más antiguas y más agresivas: principalmente se enfocaban en acusar a la oposición de una gran variedad de violaciones y abusos, incluyendo crímenes humanitarios. Grandes o pequeñas, todas las redes compartían una misma línea: apoyo al gobierno que manejaba la operación y hostilidad hacia cualquiera que se opusiera.



Publicación de la marca “Redvolución” arriba. Abajo, la marca más pequeña, “Plomo”.