

A large, stylized hand in shades of blue and yellow holds a magnifying glass. The hand is positioned at the top of the frame, and the magnifying glass is focused on a row of computer monitors at the bottom. The background is a dark blue gradient with a large, faint number '1' in the upper left corner.

CAZADORES DE FAKE NEWS

Operaciones de influencia

Divulgación Twitter - Agosto 2022

Dataset Américas #1: Honduras



cazadoresdefakenews.info



@cazamosfakenews

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022

Tabla de contenidos

1. Resumen.....	1
2. Américas #1: Los datos divulgados.....	4
3. Principales narrativas.....	10

Resumen

*El 24 de agosto de 2022, Twitter divulgó información sobre cuentas y contenido asociado a **potenciales operaciones de información** desplegadas en la red social, en varias regiones del mundo. Es la última de una serie de entregas que han sido realizadas por la red social desde octubre de 2018, que incluyen información pública y descargable sobre tweets, cuentas y archivos multimedia asociados a este tipo de operaciones de manipulación de la plataforma.*

*La nueva divulgación incluye información sobre **15 potenciales operaciones de información**, presentada en forma de datasets, o colecciones de datos. Cuatro de estos datasets se refieren a potenciales operaciones de información, u operaciones de influencia, desplegadas en América.*

El **Dataset Américas #1** contiene información sobre una operación de influencia desplegada durante las **Elecciones Generales de Honduras** del 28 de noviembre de 2021, que [había sido identificada parcialmente en un informe](#) divulgado el 10 de noviembre de 2021 por la firma de seguridad digital Nisos y que posteriormente fue reseñada en un [artículo de la revista TIME](#) publicado el 15 de noviembre de 2021.

Mediante esta operación de influencia se difundió desinformación, rumores y ataques difamatorios que tenían como objetivo a dos candidatos a la presidencia de Honduras: **Yani Rosenthal**, representante del Partido Liberal y **Xiomara Castro**, representante del Partido Libertad y Refundación (Libre), quien resultó ganadora en la contienda electoral.

El presente análisis determinó que un grupo de las cuentas presentes en el **Dataset Américas #1** impulsaron, de forma organizada, desinformación electoral en varios momentos de la contienda electoral.

Entre los ejemplos mencionados, está el rumor de la supuesta **alianza o “pacto secreto” entre Rosenthal y Castro**, que las cuentas impulsaron activamente entre el 15 y el 18 de octubre de 2021. Para legitimar el rumor, **las cuentas difundieron enlaces a artículos publicados en falsos portales de noticias y en una página que suplantaba al sitio web de la campaña de Yani Rosenthal**. En todos estos sitios web se habían publicado textos que confirmaban, de forma engañosa, el supuesto pacto electoral.

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



Adicionalmente, varias de las cuentas manipularon la conversación en Twitter, publicando, de forma coordinada, **mensajes que estimulaban la abstención**, basándose en el rumor de la supuesta alianza entre Rosenthal y Castro **que la misma red de cuentas había difundido activamente en Twitter**.

Las cuentas evitaron mencionar el nombre de Nasry Asfura, candidato oficialista del Partido Nacional, al menos entre el 5 y el 18 de octubre. La desinformación, rumores y difamación que difundieron estaba **concentrada en promover la división entre potenciales votantes de Yani Rosenthal y Xiomara Castro**.

Usando como base a sus observaciones, el presente informe concluye que la campaña de influencia y desinformación electoral estudiada estuvo basada al menos parcialmente en *astroturfing*, es decir, en el **impulso de no auténtico de narrativas**, con el **uso de cuentas encubiertas** que se hacían pasar por usuarios reales. En otras palabras, la operación fue impulsada por uno o más “*call centers*”, una **actividad de manipulación de plataforma prohibida por las reglas de Twitter**.

El **Dataset Américas #1** contiene información sobre **1379 cuentas** creadas entre enero de 2011 y noviembre de 2021, e incluye **43295 tweets** publicados por las cuentas entre el 4 de julio de 2011 y el 16 de julio de 2021. Todas las cuentas se encuentran actualmente suspendidas de la red social.

Los *datasets Américas #2* y *Américas #3* se refieren a operaciones de influencia desplegadas en Guatemala. El **Dataset Américas #4** se refiere a una operación coordinada de propaganda, desplegada en el contexto de la Guerra contra el Estado Islámico en Siria.

Américas #1: Los datos divulgados

El Dataset Américas #1, divulgado por Twitter el 24 de agosto de 2022, contiene información sobre **1379 cuentas** actualmente suspendidas de la red social, creadas entre enero de 2011 y noviembre de 2021. La colección de datos incluye **43295 tweets** publicados por las cuentas entre el 4 de julio de 2011 y el 16 de julio de 2021.

El siguiente es un grafo ensamblado con información de los **seguimientos** (seguidores y seguidos) entre las cuentas que forman parte del Dataset Américas #1. La figura contiene 9204 cuentas de Twitter (representadas con puntos), incluyendo 864 del *dataset*, y un total de 81677 seguimientos (representados con líneas):

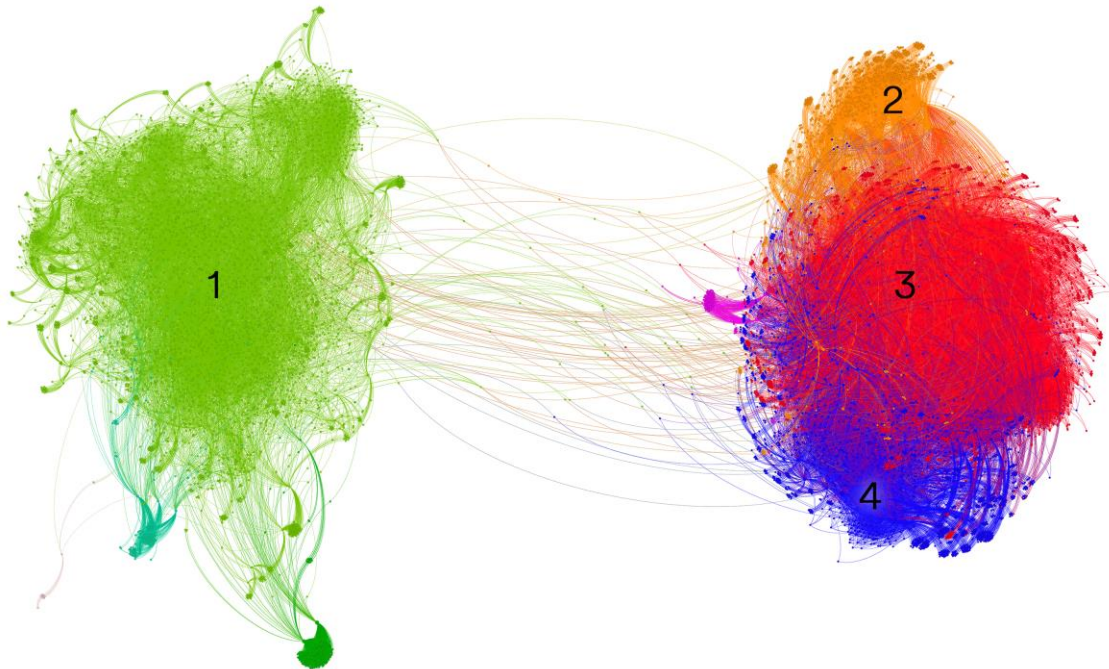


Figura 1. Grafo de seguimientos del Dataset Américas #1
9204 cuentas, 81677 seguimientos
(Elaboración propia en Gephi, algoritmo Force Atlas 2, K-core = 2)

De acuerdo con la Figura 1, las cuentas contenidas en el *dataset* pueden ser divididas en dos grandes comunidades: a la izquierda aparece el Grupo 1, con varios tonos de verde y a la derecha, con los colores naranja, rojo, morado y azul, los grupos 2, 3 y 4.

Usando este código de colores, se determinó que los distintos grupos de cuentas fueron creados en distintas épocas y estuvieron activas en períodos de tiempo diferentes.

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



Las cuentas que forman parte de los grupos 2, 3 y 4 (naranja, rojo, morado y azul, alrededor de 297 cuentas del *dataset*), fueron creadas principalmente entre enero de 2011 y diciembre de 2013, mientras que las del grupo 1 (verde, 559 cuentas aproximadamente), fueron creados en su mayoría entre marzo 2016 y mayo de 2018.

El mes pico de creación de cuentas es noviembre de 2021 (Figura 2), poco después del pico máximo en el histograma de publicación de *tweets* (Figura 3). Durante ese mes se crearon 496 cuentas (35,97% de las cuentas en el *dataset*) que publicaron apenas 265 *tweets* en conjunto (0,73% del total), por lo que es bastante probable que hayan sido suspendidas precisamente debido a su creación en masa, que sugiere una operación de manipulación de plataforma.

Las cuentas creadas durante noviembre de 2021 no aparecen en la Figura 1, pero se representan en la barra gris de la Figura 2:

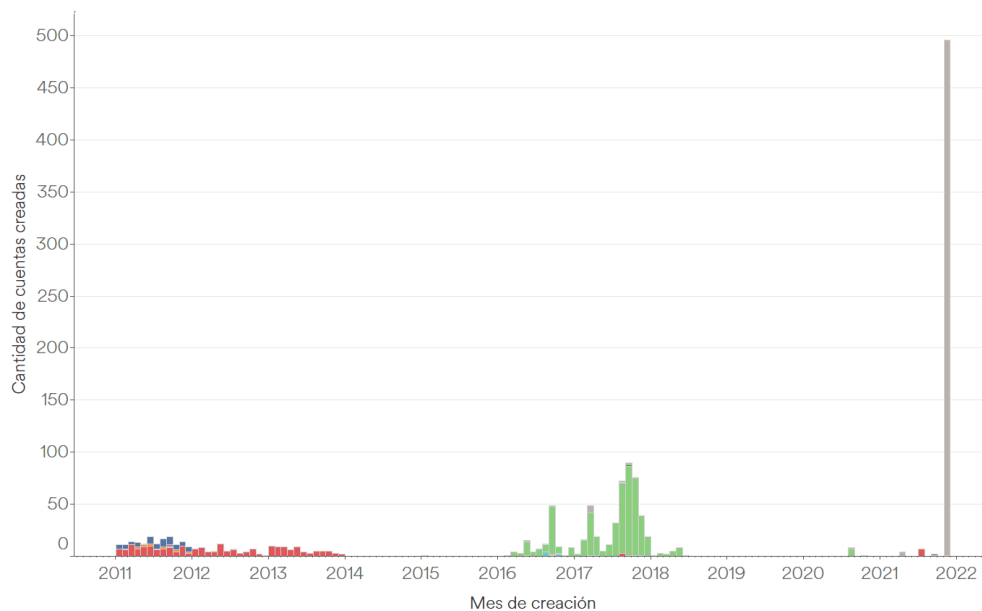


Figura 2. Cantidad de cuentas creadas por mes (colores según Figura 1)

En la Figura 3 se puede notar que las cuentas del Grupo 1, estuvieron activas principalmente en dos periodos: entre agosto y diciembre de 2016 (publicando 737 *tweets*) y entre agosto 2020 y junio 2021 (publicando 3120 *tweets*). Los Grupos 2, 3 y 4 estuvieron activos, principalmente, durante septiembre y noviembre de 2021, publicando en conjunto 36399 *tweets* (84,07% del total). Son los que aportaron mayor cantidad de *tweets* en todo el *dataset*:

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022

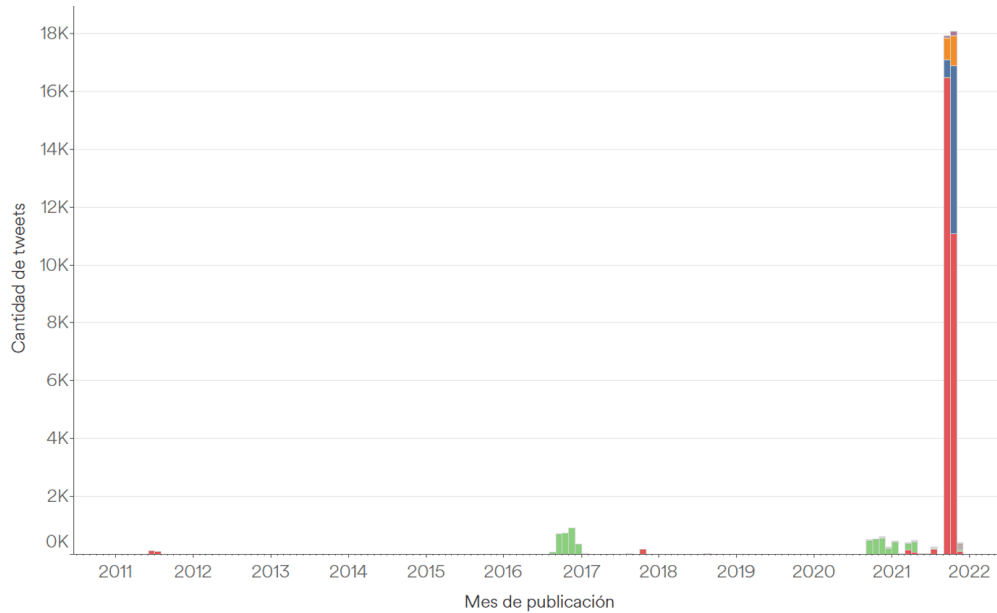


Figura 3. Cantidad de tweets publicados por mes

Pero algunas de las cuentas creadas antes de 2021 cuya información está disponible en la colección de datos, venían publicando tweets desde junio de 2011 hasta julio 2019, en idiomas distintos al español. Una cuenta en particular publicó 2535 tweets usando una aplicación externa, con nombre en árabe (ver Figura 5).

En años posteriores, algunas comenzaron a publicar contenido en español, por lo que se presume que fueron compradas o cedidas a quienes impulsaron las campañas de *astroturfing* con las que se manipuló la plataforma durante 2020 y 2021.

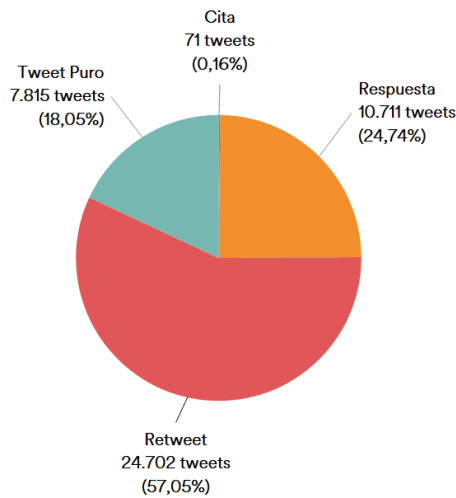


Figura 4. Tipos de tweets publicados

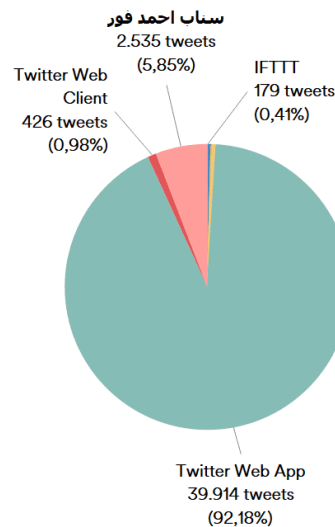


Figura 5. Tipos de Apps usadas

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



En la colección de datos, se identificaron 238 cuentas (17,2% del total) con biografías repetidas de 2 a 4 veces. Hay también 27 cuentas con nombres en idiomas diferentes al español, principalmente ruso. 154 cuentas (11,16%) indicaron como ubicación a Tegucigalpa, 131 cuentas (9,5%) a San Pedro Sula, 77 cuentas (5,58%) a Guatemala y 48 (3,4%) a Honduras.

En la Figura 6, acotada en el periodo comprendido entre agosto de 2020 y noviembre de 2021, se representa a un grupo de 849 cuentas que publicaron 39940 tweets. 39901 de ellos (99,9%) fueron publicados a través de la misma App (supuestamente, el navegador Web de Twitter). Se observa una alta proporción de *retweets* (24555 *retweets*—61,5% de los *tweets* publicados en este período) y de respuestas (10433—26,12% de los *tweets* en el mismo rango).

Pero el principal indicio de que se trata de una **operación de influencia coordinada** es la coincidencia en momentos de publicación de *tweets*, tipos de *tweets* publicados y el grupo al que pertenecen las cuentas, considerando la clasificación en grupos de la Figura 1.

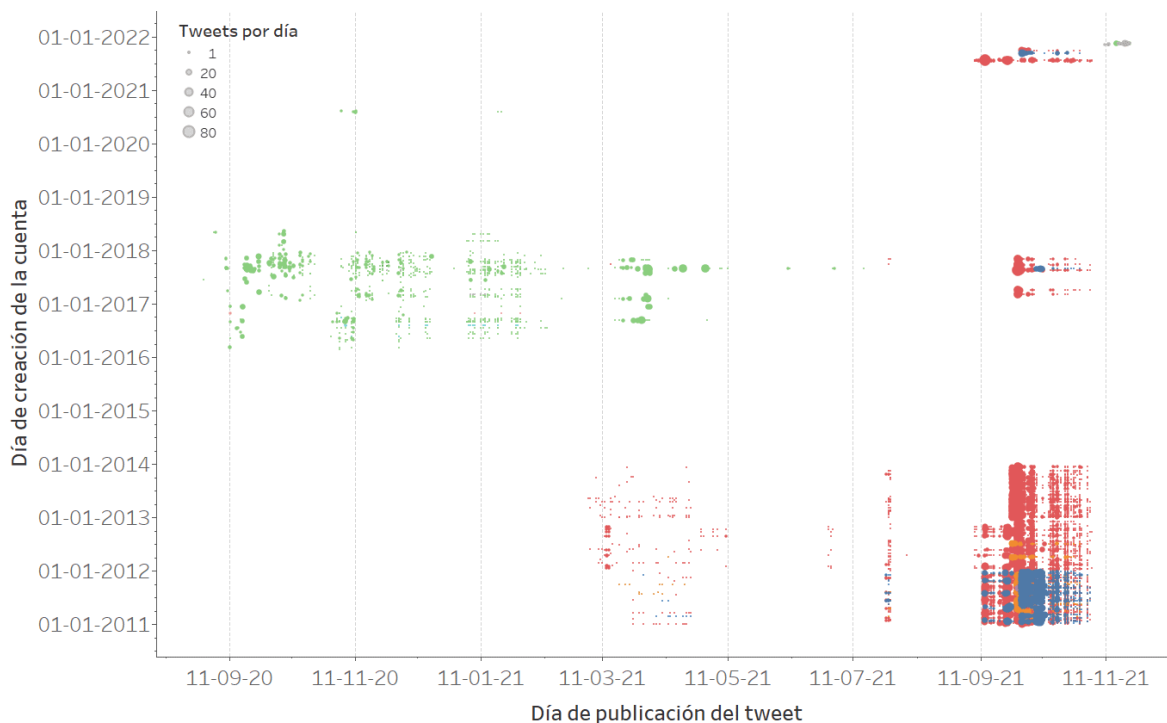


Figura 6. Diagrama de publicación de tweets según fechas de publicación de tweet y de creación de cuentas. Colores indican grupo de cuentas, de acuerdo con Figura 1.

Es en el periodo comprendido entre agosto de 2020 y noviembre de 2021 es en el que se observa mayor cantidad de cuentas operando de forma simultánea e impulsando narrativas comunes y por ello, el análisis se enfocará en la actividad de las cuentas durante este período.

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



Hay más rastros de anomalías en la colección de datos estudiada. Varias decenas de cuentas presentes en el *dataset* usaban avatares de rostros aparentemente sintéticos, posiblemente creados mediante inteligencia artificial basada en Redes Neuronales Generativas Adversarias (GAN). Los rostros son similares a los obtenidos de forma gratuita a través de páginas como *thispersondoesnotexist.com* (ver Figura 7).

Los indicios más comunes que pueden indicar que los rostros de este tipo de fotografías no son reales, son la coincidencia en la posición del iris (indicada con líneas rojas), la existencia de errores o “*glitches*” como asimetrías en orejas, zarcillos o aretes distintos, deformaciones parciales en caras de personas fuera del rostro enfocado, fondos incongruentes, patrones de líneas ilógicos, etc.

A partir de abril de 2020, estas cuentas estuvieron involucradas en una o varias operaciones de *astroturfing* o, en otras palabras, formaron parte de uno o más “*call centers*”, usados para impulsar la operación de influencia en Honduras, una actividad de manipulación de plataforma prohibida por las reglas de Twitter.

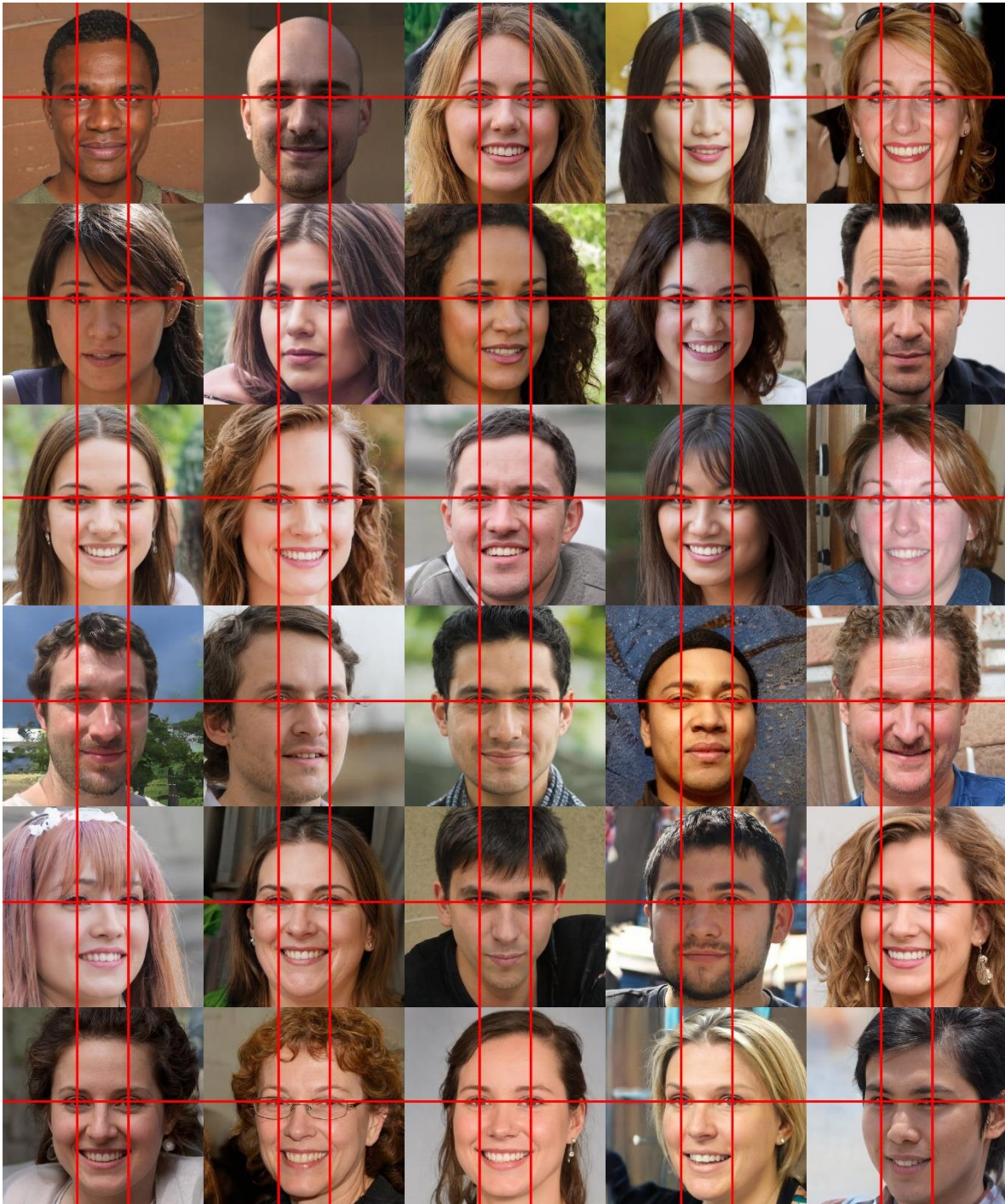


Figura 7. Treinta avatares de rostros sintéticos, posiblemente creados mediante tecnología GAN. Se señala en rojo la posición coincidente de los ojos.

Principales narrativas

Yani Rosenthal, político hondureño y excandidato presidencial que participó en las Elecciones Generales de Honduras del 28 de noviembre de 2021 y Xiomara Castro, actual presidenta y ganadora de ese proceso electoral, son las dos principales figuras mencionadas en los tweets del Dataset Américas #1.

Rosenthal es mencionado en 8615 tweets (19,89%) y Castro en 7080 tweets (16,35%) de la colección de datos. La principal operación de influencia del dataset, impulsada entre septiembre y noviembre de 2021, está vinculada con el proceso electoral en el que participaron ambos políticos.

Casi dos meses antes de las elecciones, entre el 5 y el 7 de octubre de 2021, 299 de las cuentas de la colección de datos publicaron 314 tweets desinformativos, mencionando un falso artículo titulado “Pandora Papers exhibe a mandatarios latinoamericanos. Manuel Zelaya en la lista”, publicado el 5 de octubre por la página *universalnoticias[.]info* (actualmente fuera de línea), que suplantaba la identidad del medio mexicano [El Universal](#). El bulo fue denunciado el 5 de octubre por el propio expresidente Manuel Zelaya, [a través de su cuenta de Twitter](#).

Este tweet de Zelaya fue el punto inicial del siguiente paso en la campaña de desinformación en curso. La noche de ese mismo 5 de octubre, en un tiempo inferior a 5 minutos, seis cuentas del dataset respondieron al tweet, insinuando que Xiomara Castro, esposa de Zelaya, tendría una “alianza secreta” con Yani Rosenthal. El rumor sobre el supuesto pacto electoral entre Castro y Zelaya, continuaría siendo impulsado por las cuentas de la colección de datos al menos hasta el 22 de octubre:



Figura 8. Respuestas al tweet de Manuel Zelaya en el que denunciaban el bulo publicado en página que suplantó identidad de El Universal (México). Las respuestas iniciaron el rumor sobre la supuesta alianza entre Rosenthal y Castro.

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



Entre el 15 y el 18 de octubre, las cuentas tuvieron alta actividad, publicando 2765 tweets (sin contar retweets) y afianzando la narrativa sobre la supuesta alianza entre Castro y Zelaya.

Adicionalmente, publicaron cuatro enlaces externos a Twitter que incluían desinformación electoral (ver Figura 9):



Figura 9. Tweets publicados por cuentas del dataset, con enlaces a páginas que incluían desinformación electoral

- Compartieron enlaces a dos artículos publicados en la página web [latribunahh\[.\]com](http://latribunahh.com) (actualmente fuera de línea), que suplantaba la identidad del [Diario La Tribuna](http://diariolaatribuna.com). Los artículos tenían por títulos “[Yani y Xiomara pactan una alianza](#)” y “[La alianza entre Yani y Xiomara Castro: un secreto a voces](#)”
- Compartieron enlaces a la página en Facebook de un falso medio de nombre *NotiHonduras*, que en realidad es un [blog en Medium en el que se publicó un único artículo](#) el 15 de octubre de 2021, titulado: “[El 85,1% de los hondureños rechaza la](#)

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



alianza planteada entre Xiomara Castro y Yani Rosenthal”. La página en Facebook de NotiHonduras, había sido creada días antes, el 8 de octubre de 2021.

- Compartieron enlaces a rosenthalccf.com, una [falsa página de la campaña de Yani Rosenthal](#), en el que se publicó un falso “Comunicado Oficial alianza Yani Rosenthal y Xiomara Castro”. La página web oficial de la campaña de Rosenthal tenía una dirección diferente, yanirosenthal.hn.

Es importante resaltar que las cuentas que amplificaron desinformación sobre el falso pacto entre Yani Rosenthal y Xiomara Castro, lo hacían representando distintos puntos de vista de la sociedad hondureña, pero nunca desde la perspectiva del oficialismo. Las cuentas no mencionaron a Nasry Asfura, el candidato oficialista del Partido Nacional, al menos entre el 5 y el 18 de octubre.

Algunas de las cuentas presentadas en el *dataset*, publicaron *tweets* apoyando el supuesto pacto, indicando que representaba “el bien de todos los hondureños”. Otras afirmaban que la alianza era “mala para Xiomara” o una “buena noticia para los liberales” y para Rosenthal:



Figura 10. Tweets publicados por cuentas del dataset que intentaron posicionar la narrativa sobre el supuesto pacto entre Yani Rosenthal y Xiomara Castro

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



Las cuentas también intentaron manipular la conversación en Twitter con respecto a la intención al voto.

Entre el 5 y el 7 de octubre se publicaron 30 tweets alentando a la abstención debido a la supuesta alianza o pacto entre Yani Rosenthal y Xiomara Castro. 29 de esos tweets finalizaban con la frase “prefiero la abstención antes de salir a votar”:

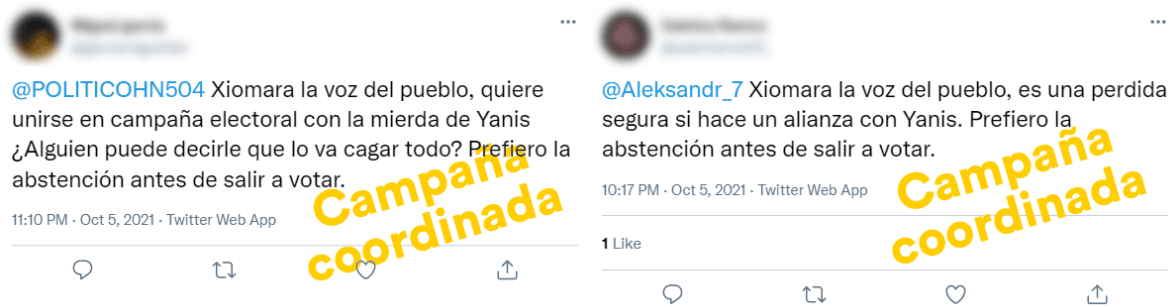


Figura 11. Tweets publicados por cuentas del dataset con la frase “prefiero la abstención antes de salir a votar”

Dataset Américas #1: Honduras

Divulgación Twitter - Agosto 2022



cazadoresdefakenews.info

V. S1.0, 24/08/2022