

## “Con 300 ó 400 euros puedes crearte en una tarde un millar de cuentas de Twitter verificadas”

---

Alessandro Orlowski (Parma, 1967) ha sido uno de los primeros *hackers* italianos. En los noventa empezó como director de publicidad y realizador de videoclips para artistas del indie-rock italiano e internacional. Estas dos pasiones confluyeron en su actividad actual, la de *spin doctor* digital. Hace un par de años creó Water on Mars, una *startup* de comunicación digital innovadora. Entre sus experiencias más conocidas podemos mencionar las campañas en redes sociales para denunciar la evasión fiscal del Vaticano y las actividades de los grupos extremistas en EE.UU. y Europa. Además, armó el equipo de redes sociales que fue crucial para llevar a la presidencia de Perú al liberal Pedro Pablo Kuczynski, en 2016.

Nos citamos en un bar del centro de Barcelona. Empezamos a hablar de cómo los partidos políticos utilizan las redes sociales. Me explica lo del escándalo de Cambridge Analytica, las dudas sobre dónde acabaron esos datos, los pros y los contras de la nueva ley europea de protección de datos, las técnicas de *trolling* y, cómo no, algunas perlas sobre la situación política del laboratorio populista italiano. ¿Por ejemplo? El conocido software que la Liga utiliza para controlar las redes sociales. ¿Su nombre? "La Bestia".

Empezamos con el escándalo de Cambridge Analytica. ¿Qué pasó exactamente? Como no existía una legislación sobre los datos en redes sociales, Cambridge Analytica, sin control por parte de Facebook, hacía lo que se conoce como *growth hacking* y perfilación, es decir técnicas de marketing para aumentar el crecimiento y la venta de un producto a través de los sistemas digitales. Cambridge Analytica creó una serie de sondeos *online* para construir perfiles psicológicos. Aprovechó el consentimiento que se le daba al contestar estos sondeos y utilizaba luego los datos para analizar todo lo que hacía una persona en Facebook. Crearon así perfiles de millones de personas para poder *targetizar* contenido y lo dirigieron, sobre todo, hacia personas frágiles. Un ejemplo: sabían que ese millón de personas tenía antipatía u odio a los hispanos. Le dijeron a Facebook que enviara una supuesta información –es decir, las llamadas *fake news*– sobre el riesgo de una “invasión” de mexicanos.

Una práctica ilegal.

Sí, porque en la *policy* de Facebook se decía claramente que no se podían utilizar estos datos con fines que fueran diferentes de la aplicación para la cual se pidió el

consentimiento, como cederlos, por ejemplo, a quien gestionaba la campaña de Trump.

CREARON ASÍ PERFILES DE MILLONES DE PERSONAS PARA PODER TARGETIZAR CONTENIDO Y LO DIRIGIERON, SOBRE TODO, HACIA PERSONAS FRÁGILES

¿Cómo es posible que nadie se diera cuenta?

Este escándalo es ridículo porque todo el mundo en el ámbito de la propaganda y el marketing digital sabía lo que hacían, incluso antes de las elecciones estadounidenses de noviembre de 2016. Además, me parece imposible que Facebook no se diera cuenta de cuántos datos estaban chupando. ¡Estamos hablando de 80-90 millones de datos de ciudadanos estadounidenses!

¿Qué es lo que todavía no sabemos?

Varias cosas. Por ejemplo, que Cambridge Analytica, tras la quiebra, abrió otra empresa que se llama Emerdata. ¿Quién me asegura que no se están utilizando los datos que poseía Cambridge Analytica? ¿Dónde están esos datos? Zuckerberg dijo que envió a Cambridge Analytica un mail pidiéndole borrarlos. Es como si la Guardia Civil le enviara un mail a Pablo Escobar pidiéndole que tire a la basura 500 kilos de cocaína y él te dice que lo hará. Esto es de risa.

¿Más cosas?

Circulan voces acerca de que antes de las elecciones italianas del pasado marzo Cambridge Analytica abrió una oficina en Roma que tuvo que cerrar cuando estalló el escándalo. Un partido italiano –no sabemos cuál– pidió trabajar con ellos. Se sabe por correos publicados en páginas de hackers que la Liga quería contactar con Steve Bannon. Se intercambiaron unos mails con una colaboradora del equipo de Trump. Sabemos que se reunieron después de las elecciones italianas, cuando Bannon estuvo en Italia. Seguramente fue clave la figura de Luca Morisi, el *spin doctor* liguista, muy cercano a Salvini. Morisi creó un software que se llama "La Bestia".

ES COMO SI LA GUARDIA CIVIL LE ENVIARA UN MAIL A PABLO ESCOBAR PIDIÉNDOLE QUE TIRE A LA BASURA 500 KILOS DE COCAÍNA Y ÉL TE DICE QUE LO HARÁ. ESTO ES DE RISA

¿Qué es "La Bestia"?

Es un sistema que controla las redes sociales de Salvini y analiza cuáles son los posts y los tuits que funcionan mejor y cuáles son las personas que más han interactuado. Así modifican la estrategia política de propaganda. Un ejemplo: el otro día publicaron algo contra la inmigración y el tema más comentado era que los inmigrantes "nos quitan el trabajo". Pues entonces, el siguiente post en Facebook

hablará de que los extranjeros “nos quitan el trabajo”. La Liga trabajó muy bien las redes sociales en la última campaña electoral.

¿Se mueve dentro de la legalidad?

Caminan en una cuerda floja entre legalidad e ilegalidad. El problema es que existe un problema sobre la gestión de datos. Montaron, por ejemplo, un concurso que se llamaba “Vinci Salvini”. Te dabas de alta en este juego online y cuánto más contenido publicaras sobre la Liga, mayores eran las posibilidades que tenías de hablar por teléfono con Salvini o cenar con él. Fue un exitazo. El problema es que no se sabe quién gestiona estos datos. ¿A quién se los estoy dando? ¿A Salvini? ¿A la Liga? ¿A una fundación fantasma? No olvidemos, además, que la Liga tiene muchas deudas y muchos escándalos por dinero extraviado de fondos electorales, incluida la inversión en diamantes de dudosa proveniencia.

¿Cómo se ha financiado toda esta actividad en las redes sociales de la Liga?

La Liga quería crear una fundación sólo para captar el dinero de donaciones con el objetivo de mantener en pie las redes sociales sin pasar por las cuentas en rojo del partido. Las leyes italianas al respecto dejan mucho margen: permiten recibir donaciones sin tener que enseñar las cuentas públicamente. Eso de forma totalmente legal. No me extrañaría que algunas donaciones provinieran de asociaciones Italia-Rusia y Lombardía-Rusia, vinculadas a la Liga, si tenemos en cuenta la proactividad de las fundaciones de cultura rusa en Italia y la presión que Salvini ha hecho y sigue haciendo contra el boicot de las sanciones a Rusia. No nos olvidemos que han sido los rusos los que han inventado el concepto *hybrid war*: el general Gerasimov desarrolló una teoría según la cual las guerras modernas no se combaten sólo con armas, sino con medios de propaganda y de *hacking*. Existe la leyenda de que a las afueras de Moscú existe una pequeña ciudad donde trabajan todos los *hackers* para el gobierno ruso.

NO ME EXTRAÑARÍA QUE ALGUNAS DONACIONES PROVINIERAN DE ASOCIACIONES  
ITALIA-RUSIA Y LOMBARDÍA-RUSIA, VINCULADAS A LA LIGA

¿Y el Movimiento 5 Estrellas (M5E)?

El M5E no es un partido porque las plataformas de e-democracy son propiedad de una sociedad limitada, la Casaleggio Associati, que ha trabajado con multinacionales. Hay un claro conflicto de intereses: la misma empresa que tiene la base de datos del Movimiento y de la plataforma Rousseau, es decir la Casaleggio Associati, ha gestionado campañas de marketing de multinacionales que tienen intereses en que el Parlamento italiano vote de una cierta manera para aprobar una legislación u otra. Esto es anticonstitucional. Por eso, el M5E no tiene un verdadero

estatuto, ni han hecho verdaderos congresos. Dicho esto, es indudable que el M5E tiene detrás una muy buena empresa de marketing político. Los 5 Estrellas gestionan de forma distinta la propaganda. Es más descentralizada: crean micro-redes apoyándose en los activistas *grillini*, lo que les permite también ahorrar mucho dinero. No pagan por hacer virales los *posts* de sus líderes, Beppe Grillo o Alessandro Di Battista. La propaganda de la Liga es más clásica. Muy directa y centralizada: lo controla todo Luca Morisi.

¿Y los partidos tradicionales? ¿No se han volcado en todo esto?

Muy poco. La extrema derecha es la que más ha entrado y mejor lo ha aprovechado. El caso de Bannon es un ejemplo clarísimo. Los partidos tradicionales no están acostumbrados. No han sabido evolucionar. La Liga es uno de los pocos que ha sabido ponerse al día en este sentido. Salvini, que tiene 45 años, es un super *millennial*: ha visto el fútbol, la televisión, Space Invaders y las redes sociales.

Se habla mucho de las *fake news*, pero una técnica muy utilizada es la del troleo. ¿Cuánta influencia tiene?

Dependiendo del caso político y del país, puede ser mucha y muy violenta. Se pueden tener decenas, centenares de cuentas. Para montar cuentas de Twitter hay un programa que compras en internet que te puede crear en tres horas unas mil cuentas, cada una con una fotografía y un nombre real distinto. Hablamos de cuentas verificadas con un móvil: hay un servicio ruso que por diez céntimos te da un número de móvil sólo para crear cuentas de internet. En total con 300 ó 400 euros puedes crearte en una tarde un millar de cuentas de Twitter verificadas. Luego haces *tweet bombing* y cambias la percepción de una noticia o un evento. Así de sencillo. Luego haces *tweet bombing* y cambias la percepción de una noticia o un evento

Otro “mundo desconocido” es el de la *Dark web*.

Totalmente. En la *dark web* se mueven todos los grupos extremistas como el ISIS, con páginas para coordinar los militantes y enseñarles a organizar atentados. Sin embargo, no hace falta ir tan lejos. Existe, por ejemplo, un twitter paralelo que se llama Gab.ai, donde están todos los extremistas a los que se les ha cerrado una cuenta en Twitter. Y esto no está en la *dark web*, sino en internet de libre acceso. Nosotros cruzamos datos entre Twitter y Gab.ai para encontrar los llamados *Whitest Rabbit* (El conejo más blanco), es decir los perfiles de la ultraderecha supremacista, o los *foreign fighters*. Hay códigos que se utilizan para mostrar tu posición política y que se han resignificado. Los grupos de extrema-

derecha ponían un nombre de una persona que consideraban antinazi entre tres paréntesis ((( ))): ahora son los activistas antinazis los que lo hacen para auto-señalarse. Otro ejemplo: el ISIS utiliza la letra arabe “nun” (ﻥ) para señalar a los cristianos. Ahora los que luchan contra el fundamentalismo islámico utilizan ese mismo símbolo para auto-señalarse como cristianos. Sin ir más lejos, échale un vistazo al perfil de [Twitter de Giorgia Meloni](#), la líder del partido italiano de extrema derecha Hermanos de Italia y, tras su nombre, verás ese símbolo.

¿La nueva ley europea de protección de datos resuelve estos problemas?

La ley es parcialmente correcta. Pero veo riesgos. Por un lado, puede que se pierda la libertad de opinión en las redes sociales y la misma libertad de las redes sociales. Por el otro, golpea sobre todo a los peces pequeños. Facebook tiene datos de millones y millones de usuarios: a principios de junio se supo que los vendió a [la empresa china Huawei](#). ¿Huawei se los vendió al gobierno de Pekín? ¡No sabemos nada de lo que ha hecho o hará con estos datos! Además, ¿se ha puesto en práctica realmente esta ley? En mayo Facebook borró unas 500.000 cuentas fake. ¿Estamos seguros de que las han borrado todas? Según nuestros análisis, parece que no. No hablemos de Instagram, aunque casi no se utiliza para fines políticos: hay *fashion bloggers* que tienen 40.000 seguidores de los cuales sólo unos 3 o 4.000 son reales. ¿Qué margen hay para controlar todo esto?

Muy poco. Tras el escándalo de Cambridge Analytica, Facebook lo que ha hecho ha sido castigar a todo el mundo, impidiendo en la práctica a un investigador universitario estudiar estos fenómenos. Y ha dado una ventaja a los grandes porque tienen dinero y sistemas automatizados de análisis para hacer lo que les dé la gana.

---

#### AUTOR

- **Steven Forti**

---

Profesor asociado en Historia Contemporánea en la Universitat Autònoma de Barcelona e investigador del Instituto de Historia Contemporánea de la Universidade Nova de Lisboa.

---

○ [@STEVENFORTI](#)