

Facebook o los métodos de intervención estadounidense en Venezuela

MISIONVERDAD.COM :: 24/11/2021

A pesar de que la NED afirma que su estrategia "jugó un papel importante en la rotunda victoria de la derecha en las elecciones de 2015", esta vez no funcionó

Con los años EEUU ha ido perfeccionando los métodos de intervención y cambios de régimen en países que no se someten a sus designios. Y para ello ha contado, entre otros, con una poderosa maquinaria que incluye a grandes corporaciones mediáticas y organizaciones que fungen como brazos del gobierno estadounidense en otras latitudes.

Una de esas formas de injerencia no tan silenciosa se da a través del financiamiento a partidos políticos de oposición en los países donde quieren intervenir y organizaciones no gubernamentales defensoras de derechos fundamentales, suertes de caballos de Troya.

Por ello no sorprende que un trabajo periodístico de *Jacobin* revela que, luego de la muerte del presidente Hugo Chávez, el Instituto Nacional Demócrata, que opera de forma dependiente del gobierno de EEUU y fue creado "para financiar y apoyar a partidos políticos en el extranjero de una manera más formal que la Agencia Central de Inteligencia, financió a miembros de la oposición venezolana para usar el gigante de las redes sociales [Facebook] para movilizar a sus partidarios y atraer seguidores del gobierno socialista 'al otro lado del pasillo'".

En 2015 triunfó la NED

A la redacción del medio estadounidense llegaron unos [documentos del gobierno de EEUU](#) sobre una solicitud de la Ley de Libertad de Información (FOIA) en el que se demuestra cómo el gobierno desarrolló un programa centrado en el uso de Facebook para ayudar a la oposición venezolana en las elecciones municipales de 2013 y las legislativas de 2015. Básicamente, el documento confirma que se utilizan activamente las redes sociales para inmiscuirse en las elecciones de otros países.

Así, el imperio opera como un elemento más que se añade a los procesos electorales en los países donde quieren intervenir. ¿Activaron esta maquinaria de cara a las megaelecciones del próximo domingo 21 de noviembre?

Basta que se instale un gobierno autónomo de los designios imperiales para que EEUU, a través de sus agencias, empiece a promover, asesorar y financiar las campañas de los partidos de derecha. Hay evidencias de que agencias como la USAID no solo han gastado millones de dólares en las campañas de los diferentes candidatos de derecha a lo largo de estos años de Gobierno Bolivariano, también invirtieron en la derecha boliviana apenas Evo Morales tomó el poder.

"A partir de octubre de 2013, el Fondo Nacional para la Democracia (NED, por sus siglas en

inglés), una agencia gubernamental creada por la administración Reagan, proporcionó casi 300 mil dólares para el Instituto Nacional Democrático (NDI, por sus siglas en inglés) para un programa titulado **Venezuela: Capacitación mejorada y habilidades de comunicación para activistas políticos**.

El NDI también se fundó bajo la administración Reagan, como brazo internacional del Partido Demócrata, junto con su homólogo republicano, el Instituto Republicano Internacional", refiere el medio estadounidense.

Vale destacar que ambos institutos no muestran rivalidad y persiguen los mismos objetivos imperiales, incluso en muchas ocasiones trabajan juntos y apoyan a los mismos actores.

Asimismo, señalan que la NED funge como la agencia matriz de ambos grupos y recibe casi todos sus fondos de los contribuyentes. Aunque la NED y el NDI reclaman su independencia del gobierno de EEUU, ambos deben informar sobre sus actividades al Congreso, que sigue sujeto a las solicitudes de la FOIA.

La NED justifica la existencia del programa argumentando que el gobierno venezolano ha buscado "controlar los medios de comunicación" del país para usarlos como una herramienta de coacción contra sus ciudadanos. Por tanto, el organismo estadounidense asume la tarea de señalar que "los activistas políticos tienen desafíos particulares para comunicarse con los ciudadanos, así como para organizar y movilizar a sus partidarios", al tiempo que refiere que las redes sociales son "menos vulnerables a las restricciones gubernamentales y una herramienta útil para que los activistas políticos independientes en Venezuela difundan mensajes y se organicen".

Jacobin señala que, si bien la NED describe cuidadosamente a estos activistas como independientes, está claro que este programa fue diseñado para activistas y miembros de la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), organización que congrega a varios de los más importantes partidos de derecha en Venezuela.

Recordemos que desde 2008 la MUD ha buscado la manera de tomar el poder político a través de un candidato de consenso contra miembros del Partido Socialista de Venezuela (PSUV) en contiendas electorales presidenciales.

El medio estadounidense señala que tras la muerte de Chávez en marzo de 2013, y la posterior victoria presidencial Nicolás Maduro el mes siguiente, la derecha comenzó a elaborar estrategias para las elecciones municipales de diciembre de 2013 y, lo que es más importante, las elecciones legislativas de 2015.

El resultado fue una feroz campaña que apuntó al desgaste y al miedo, en el que se usaron elementos como la violencia, la escasez, el hambre, la inflación, entre otros, que sin duda tuvieron un impacto en la sociedad.

Facebook al servicio del imperio

Es aquí donde la NED y las grandes corporaciones mediáticas diseñaron la hoja de ruta a seguir, jugando un papel importante en la consolidación de la victoria de la MUD en las elecciones parlamentarias de 2015, el antecedente inmediato de la posterior crisis política y

social.

La NED relata que para ese momento, si bien las redes sociales eran claves para la organización política contemporánea, la oposición venezolana no estaba equipada en "el uso de las redes sociales y otras tecnologías de la información y la comunicación (TIC)".

En respuesta, la NED financió al NDI para brindar varios servicios a la oposición venezolana. Su primer trabajo consistió en planificar y organizar "un seminario fuera de Venezuela sobre el uso de la tecnología y las redes sociales para la participación y la participación ciudadana".

Asimismo, el NDI creó una "Caja de herramientas virtual" alojada en un sitio respectivo titulado [Red Innovación](#), un sitio también financiado por la NED, que ofrece un "curso en línea personalizado de desarrollo de capacidades sobre una variedad de temas relacionados con la innovación política". De acuerdo a la pesquisa de *Jacobin*, el sitio y sus cursos permanecen activos.

Luego de las elecciones municipales de diciembre de 2013 -señala el medio-, el personal del NDI organizó una "sesión de revisión de estrategias" con integrantes de la oposición "para desarrollar estrategias a más largo plazo para mantener el contacto con los ciudadanos y mejorar su capacidad para comunicarse y difundir información utilizando las TIC", seguimiento que devino en el perfeccionamiento de las estrategias que consolidaron posteriormente el triunfo de 2015. Además, el NDI contrató a un consultor para la capacitación permanente.

"Con el financiamiento y la capacitación del NDI, la MUD 'movilizó una base de datos de votantes que identificó y apuntó a los votantes indecisos a través de las redes sociales' y, de hecho, en diciembre de 2015, la oposición ganó una mayoría en la Asamblea Nacional de Venezuela por primera vez desde que Chávez llegó al poder en 1999. El NDI describe cómo la MUD creó una base de datos de votantes, permitiéndoles 'extrapolar conclusiones sobre inclinaciones partidistas políticas para grandes porciones del electorado... calcular la probabilidad de que un votante sea un partidario del PSUV, un partidario de la MUD o un votante indeciso'", refiere *Jacobin*.

Posteriormente, esta base de datos serviría para clasificar a los votantes de acuerdo a su inclinación política. A partir de entonces, el NDI describe la forma específica en que la MUD usó Facebook para llegar a estos grupos: chavistas, derechistas e indecisos.

"La MUD llevó a cabo su campaña en redes sociales en Facebook, que dirigió a los votantes con diferentes mensajes teniendo en cuenta sus inclinaciones políticas. Usando su base de datos, la campaña también identificó a 8.5 millones de votantes en Facebook y los apuntó con mensajes igualmente específicos. Las métricas de Facebook indicaron que los mensajes dirigidos estaban llegando a más personas que las campañas anteriores. Para el día de las elecciones, la campaña llegó a 6,3 millones de votantes y 2,9 millones de votantes habían interactuado con el contenido de Facebook de la campaña al menos una vez", detallan.

Queda claro que el éxito de la oposición en 2015 se debe al financiamiento por parte de los brazos intervencionistas de EEUU, organismos que se aliaron con uno de los gigantes de

Silicon Valley en la estrategia imperial de sacar al chavismo del poder. Otro elemento que se añade al historial de espionaje y venta de información de usuarios que devino en un escándalo que le causó pérdidas millonarias a la empresa de Mark Zuckerberg.

El Instituto Nacional Democrático, al final, se atribuye el mérito del éxito de la oposición y argumenta que su estrategia "finalmente jugó un papel importante en su rotunda victoria en las elecciones de 2015", logro que se debe a la capacitación y financiamiento estadounidense a la MUD. Es muy improbable que puedan volver a tener un éxito similar, a pesar del apoyo imperial.

<https://www.lahaine.org/mundo.php/facebook-o-los-metodos-de>