



# #TinelliMercenarioK

ANÁLISIS DE MANIPULACIÓN E IMPLANTACIÓN DEL TEMA

# GRAFO DE CONVERSACIÓN

## RESUMEN

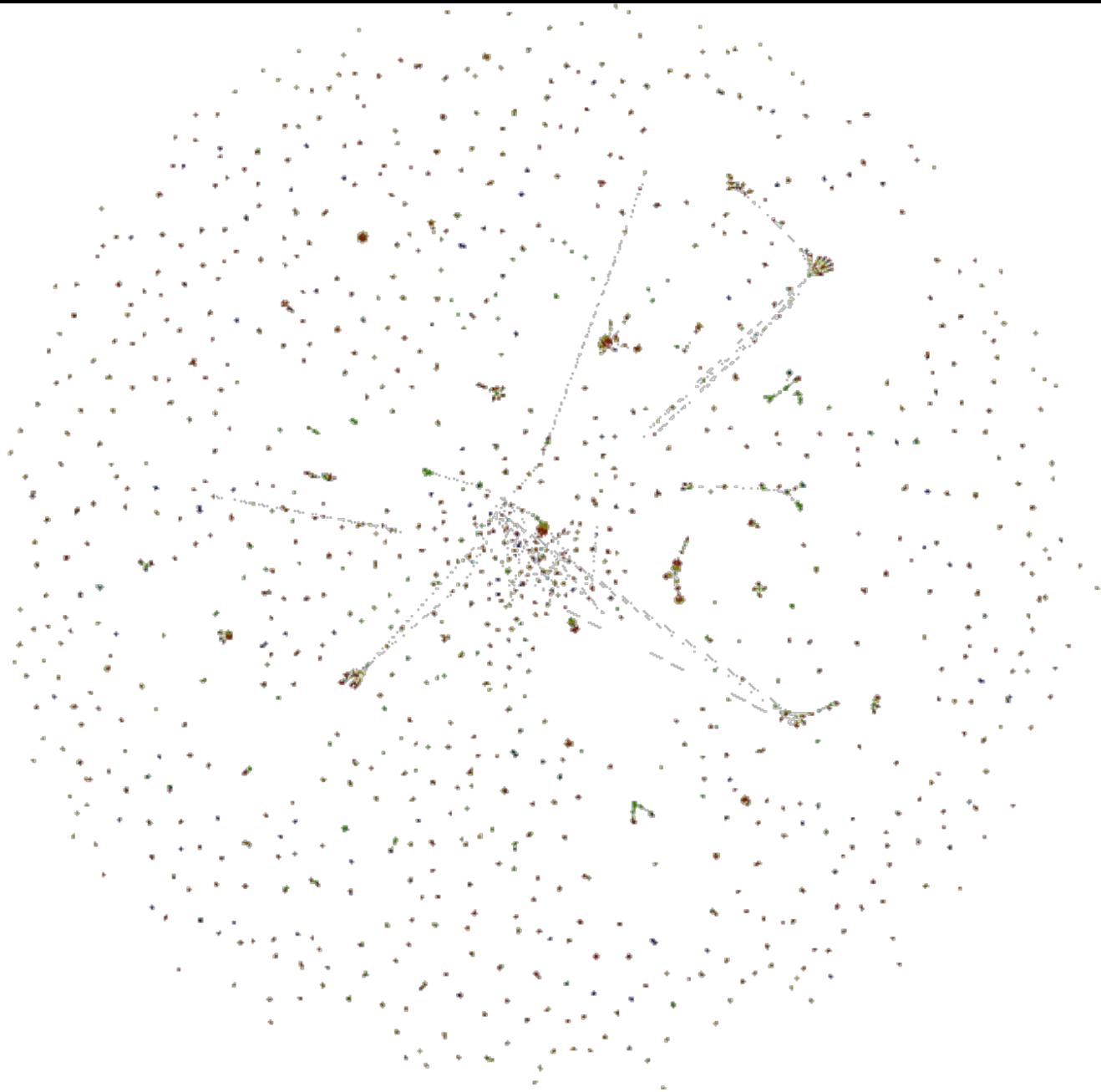
Este grafo es una muestra de cómo se relacionan las personas que implantaron el hashtag **#TinelliMercenarioK** inicialmente.

Al ser todos puntos sueltos, sin relación aparente, no hay forma que un tema pase de un usuario a otro y por lo tanto imposible que se masifique naturalmente.

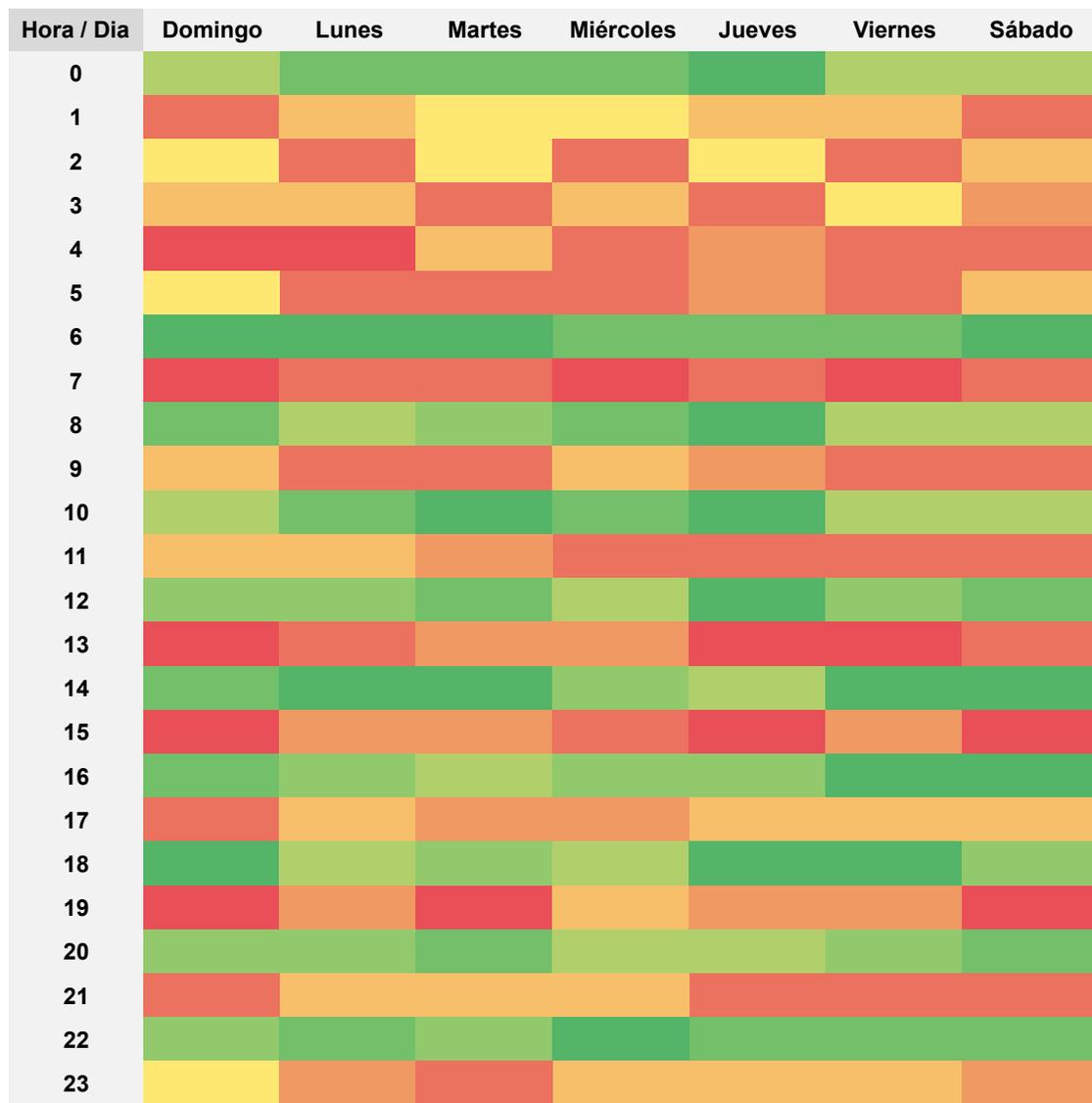
En este caso, se identifica un grupo concentrado que opera con:

1. Comportamiento mecánico
2. Contenidos automatizados
3. Muestran relación con nodos PRO
4. Se activaron en simultáneo
5. Eliminaron contenidos y/o cuentas masivamente luego de la operación

Para analizar este fenómeno se aisló este comportamiento y se proyectó el modelo en toda la conversación para identificar a la totalidad de *trolls* que cumplen con estos criterios.



# 1. COMPORTAMIENTO MECÁNICO



## AUTOMATIZACIÓN

Publican contenidos hora por medio, de forma mecánica, repitiendo el patrón durante las 24 horas del día.

Se extrajeron hasta 200 tweets de cada cuenta y, al analizar el promedio resultante de fecha y hora de cada publicación, se identificó que hay una frecuencia mecánica en su comportamiento.

Esto significa que este grupo tiene un comportamiento sospechoso:

- Publica días y horas de manera uniforme
- Mantienen el comportamiento las 24 horas
- Aunque varían la cuenta de salida, mantienen la frecuencia mecánica macro

Esto implica que hay un comportamiento premeditado, con sistemas de soporte que permiten publicar las 24 horas y esto explicaría el comportamiento mecánico que los sistemas le asignan a sus procesos.

Exactamente **este mismo patrón** se vio en grupos de trolls PRO atacando a Massa.



ESCALA  
NIVEL DE PUBLICACIÓN

## 2. CONTENIDOS AUTOMATIZADOS



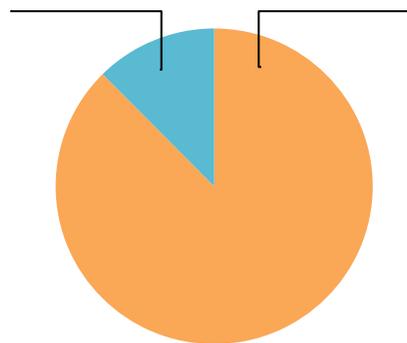
### DUPLICADOS

Se publican contenidos desde múltiples cuentas, repitiendo los mismos mensajes una y otra vez.

Como no existe ningún algoritmo que permita imitar la opinión humana, no tienen otra opción que generar una cantidad determinada de contenidos y luego repetirlos en todas las cuentas.

Esto es muy habitual para generar una sensación de "masividad" cuando en realidad son pocos contenidos, desde muchas cuentas.

**12% CONTENIDOS**  
Mensajes prefabricados pero distintos



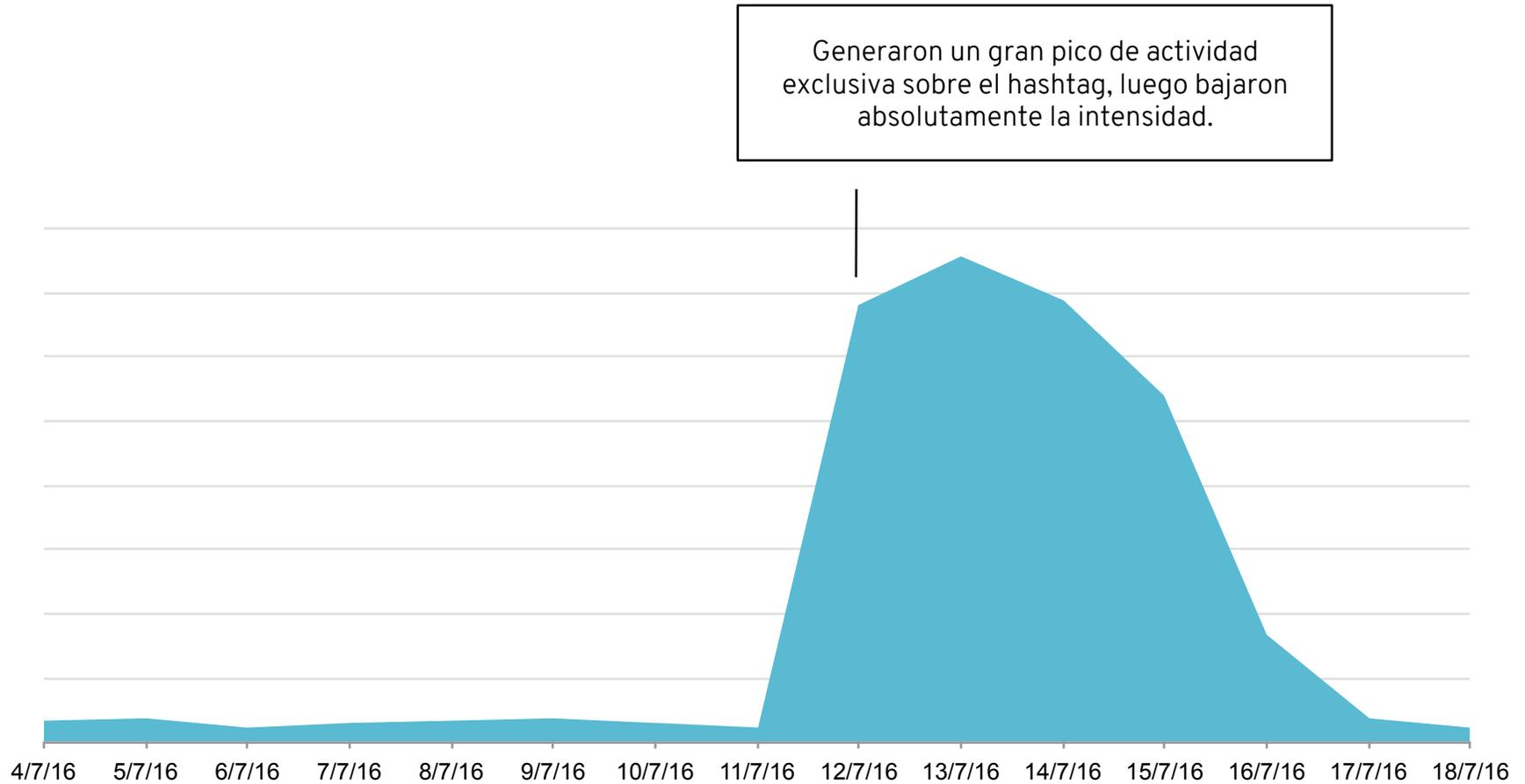
**88% REPETICIÓN**  
Contenidos que han sido repetidos o RT

### 3. MUESTRAN RELACIÓN CON NODOS PRO



Si aislamos una muestra de los usuarios trolls, vemos que tienen como punto en común relaciones unidireccionales y pasivas (mayormente follow, para engrosar el número) con cuentas de figuras del PRO, principalmente de Mauricio Macri.

## 4. SE ACTIVARON EN SIMULTÁNEO



Este gráfico muestra la actividad en general de ese grupo de cuentas, independiente del tema al que se refieran. Permite demostrar que las cuentas solo interactuaron para operar este tema, luego volvieron a una posición pasiva.

## 5. BORRAN CONTENIDOS

### ENLACE ORIGINAL

[http://twitter.com/sofiazapatta\\_/status/753004567059621030](http://twitter.com/sofiazapatta_/status/753004567059621030)



### ENLACE ORIGINAL

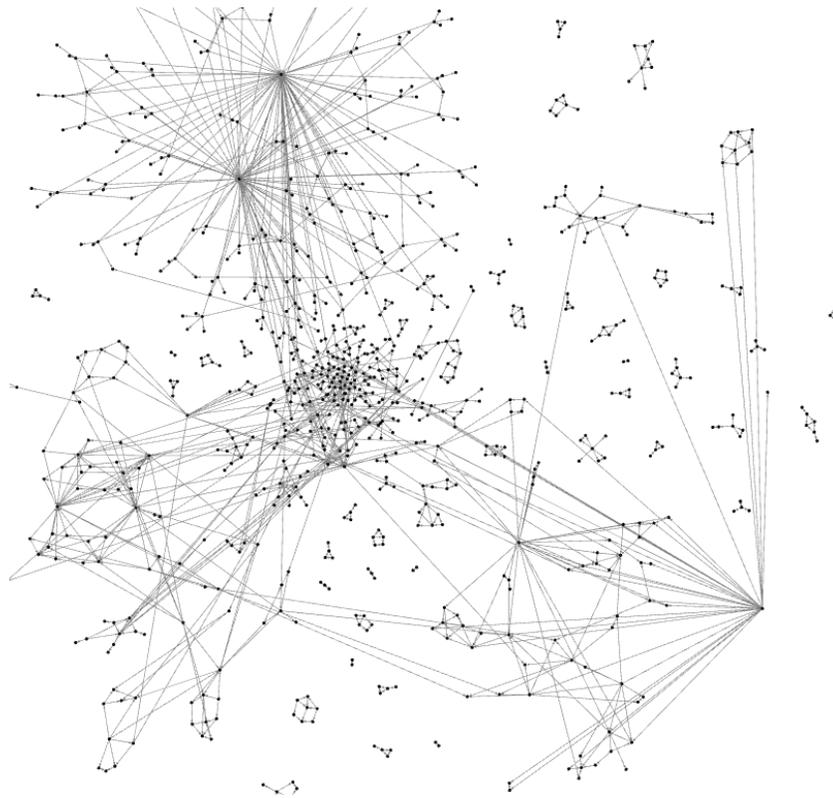
<https://twitter.com/MTmercenarioK>



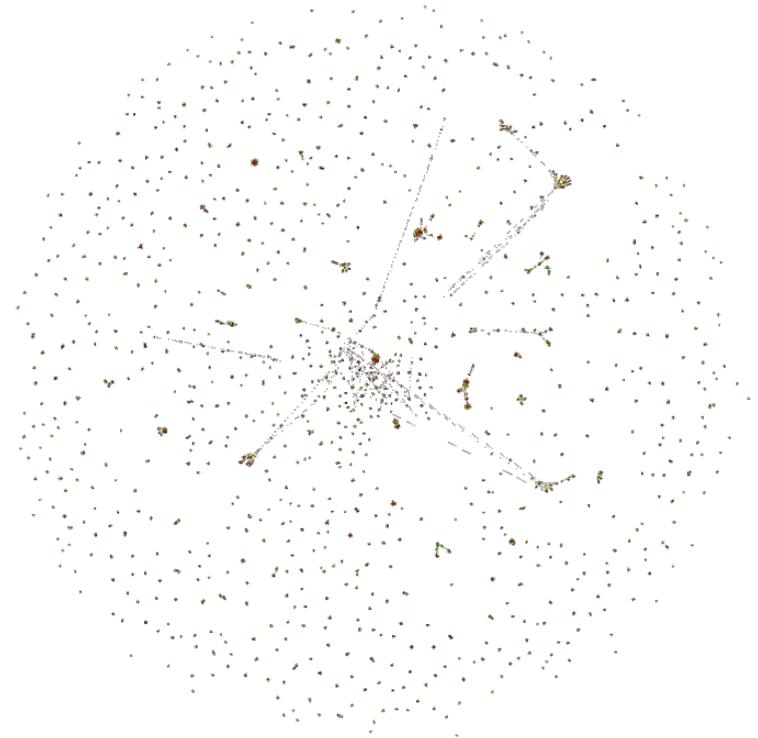
Los contenidos ofensivos fueron borrados de forma sistemática de las cuentas, 24 horas después de ser enviados. Al monitorear la cantidad de tweets de estas cuentas minuto a minuto, vemos que publican y eliminan constantemente.

# COMPARATIVA

**CONVERSACIÓN REAL: SHOWMATCH**



**TEMA MANIPULADO: TINELLI MERCENARIO K**



Aquí se puede observar como se ve una conversación real, donde hay relaciones entre usuarios y resulta lógico que un tema pueda potencialmente viralizar. En cambio, a la derecha se ve la conversación manipulada en contra de MT, que no tiene relación entre los usuarios y demuestra que los contenidos no fueron virales sino lanzados de forma premeditada.

# CONCLUSIONES

En base a la información obtenida, se pueden establecer las siguientes afirmaciones y vinculaciones:

- Hubo un ataque sistemático contra Marcelo Tinelli, proveniente de un grupo de tareas del PRO, que intervino específicamente para operar el tema y luego bajó el perfil.
- Se utilizaron pocos contenidos que fueron duplicados y/o replicados masivamente, para instalar en la opinión pública que es un tema de alcance general y hacer creer a quien mire el *hashtag* que es lo que piensa la gente.
- Menos del 2% de quienes hablaron negativamente del tema fueron –se supone– personas reales. Todo lo demás fue identificado como parte de una estrategia de manipulación de la agenda de conversación digital.
- Las cuentas que lo implantaron no tenían relaciones anteriores ni con MT ni con otros usuarios. Si se pudo detectar relación con nodos de distribución PRO, que ven aumentados sus followers artificialmente cuando estas cuentas trolls aumentan su audiencia de forma ficticia.
- No existen relaciones entre estas cuentas, lo que hace que –por ejemplo– las primeras cuentas no tuvieran ninguna influencia sobre las siguientes. La única manera que las siguientes se enteren del tema es porque responden a un mismo operador y ya estaba planificado que sean las siguientes en publicar mensajes.
- Hay una mecánica establecida para operar estos temas, ya que se borran contenidos luego de las 24 horas de publicado, de forma organizada y sistemática. Se presume que podría ser un proceso automático.
- En base a las denuncias y comentarios efectuados de forma pública, las cuentas señaladas fueron borradas para eliminar las pruebas e incluso más del 70% de la información obtenida ya no está disponible en la red.

Las cuentas tienen un comportamiento robótico, solo tomaron protagonismo para operar este tema y además no guardan relación, lo que hace imposible que sea parte de algo viral genuino. Esto permite concluir que fue un esfuerzo sistemático, ordenado y apoyado en tecnología para simular comentarios negativos contra Marcelo Tinelli.