

La nueva y falsa estrategia publicitaria del Gobierno/régimen de Venezuela

El mandatario estadounidense, Barack Obama, emitió el 9 de marzo de 2015 una orden ejecutiva declarando a Venezuela como una “amenaza inusual y extraordinaria” para EE.UU. y además procedió a sancionar a siete funcionarios venezolanos a quienes se les congelaron sus cuentas bancarias en ese país y se les prohíbe la entrada al territorio norteamericano. A partir de ese decreto, el Gobierno venezolano inició una campaña publicitaria tanto nacional como internacional para que se derogara esa medida. El texto nos ofrece un diagnóstico de esa campaña en perspectiva publicitaria.

■ GABY CASTELLANOS

Cómo han revolucionado comunicacionalmente los departamentos del régimen venezolano estos días con el tema del decreto de Obama! Tanto así, que han tenido que sacar un presupuesto nuevo para ser utilizado por las embajadas y ser gastado en publicidad en diversos países (primeras planas, páginas centrales, etcétera) para publicar contenido relacionado con lo que ellos llaman:

#ObamaDerogaElDecretoYa
#ObamaRepealTheExecutiveOrder

Una campaña bilingüe que incluye acciones 360° (así se llama cuando las acciones cubren todos los medios y entornos publicitarios *online* y *offline*) bajo estas dos consignas, en este caso como no podría ser menos en Venezuela, #hashtags.

Todo esto empieza cuando hace unos días se le ocurre a la agencia creativa del régimen: ¿Qué pasaría si le llegara una carta a Obama de los *muchachitos* venezolanos pidiendo que quitaran la ley que había impuesto? Como buena agencia de publicidad que se aprecie, sabe bien que niños, animales y abuelitos funcionan perfectamente para ablandar corazones. Y se le ocurre solicitar en todos los colegios públicos que debían pedir a los niños escribir una carta al señor Obama, diciéndole que *derogara el decreto*. También se le ocurre *sugerir* a los empresarios venezolanos que sería positivo que enviaran una misiva al presidente Obama solicitándole *derogar el decreto*. Asimismo, salen a la calle, a los supermercados pertenecientes a las cadenas chavistas, a las estaciones de Metro, a *recomendar* que deberían firmar en contra de la *invasión americana*; mandan a imprimir una especie de *libro* que tiene todo un manuscrito contando “las barbaries

del gobierno estadounidense y como han abusado de Venezuela”, para luego hacer listas para firmar con nombre, número de cédula, ciudad, etcétera. Para ello, también crearon una acción/petición en change.org llamada: “Presidente de EE.UU. Barack Obama: retiro inmediato de la Orden Ejecutiva en contra de Venezuela” cuya acogida fue mínima, no más de 15 mil individuos, o las acciones realizadas *intercambiando* tabletas canaimas por firmas en Maracay. Poco éxito.

Entre pitos y flautas (como decimos en España: *entre una tontería y otra*) tanto en personal, como en avisos de prensa, impresiones y siendo el objetivo (incluyendo niños) unas 10 millones de firmas, el régimen se ha gastado más o menos un presupuesto en menos de una semana de unos 290 mil dólares para poder hacer cumplir a escala nacional e internacional este cometido. Es interesante destacar la excelente capacidad que tienen para hacer piezas publicitarias en tiempo récord (videos, comerciales, prensa, etcétera), con buena calidad, y con medios sorprendentes (drones, cámaras aéreas, helicópteros, aviones, etcétera). Envidiable por cualquier agencia/productora publicitaria. Ya nos gustaría trabajar con presupuesto ilimitado en tiempo récord y con todos los medios disponibles. Ni en los países de mayor inversión publicitaria del mundo esto es posible, y el jueves 19 lanzaron la campaña digital/online, con un *website* llamado: obamaderogaeldcretoya.org.ve donde existe un formulario que cualquiera puede rellenar y que no refiere ninguna seguridad, y al hablar de seguridad refiero, legitimidad.

Es decir, si tú quisieses podrías inscribir a mil personas y no pasaría nada, porque el *website* es tan inseguro que no te pide confirmación, no está segmentado por IP



(...) muy fácil de desmontar por cualquier experto por tanto dato falso e irreal. Pero recordemos que el régimen en Venezuela es diestro en repetir mentiras tantas veces que hasta parecen verdades. No necesito recordaros casos. Su uso estratégico de la TV, la radio y la prensa dan fe de ello.

(país), no tiene *captcha* (para asegurar que quien escribe es un humano y no un robot), no se solicita la cédula para poder validar identidad y otras muchas cosas que son mínimas a nivel de seguridad web cuando se hace una acción como esta. Una base de datos muy parecida a la de las votaciones, donde existen muchos usuarios y campos duplicados, y que cualquiera con un poquísimo nivel de conocimiento es capaz de tirar abajo (demostrar invalidez). Muy pocos registrados existen en esta web para la *supuesta* cantidad de gente apoyando esta campaña (no más de 30 mil).

Además de eso, se lanzó en Twitter una acción de TT (*trending topic*); es decir, posicionar una frase, en este caso el nombre de la campaña en inglés y en español, como hacen como parte de su acción cada semana en sus programas de TV en el canal del Estado (noticieros, programas de opinión, etcétera) y todos los canales que pertenecen al grupo de allegados al régimen o del régimen. Para contar los tweets crearon otra web: <http://oddy.tuiteros.org.ve/>; también una cuenta de Twitter: @ObamaDerogaYa. Todo un despliegue digital que si tendríamos que valorarlos, se nos irían unos cuantos de millones, nada más por el equipo de trabajo, tanto mecánico (máquinas/servidores), como automático (*software* para la creación de bots/robots/usuarios falsos/RT falsos) y humano, para movilizar a los usuarios.

No debemos olvidar, www.tuiteros.org.ve/, la organización de Tuiteros por la Paz de Maduro. Una web (con un uso ilegal del API de Twitter, eso quiere decir de los permisos de Twitter, donde *twitean* mediante SMS como si fuesen los usuarios, solo por haber registrado vuestro número de teléfono y usuario de Twitter) que existe desde el año pasado y se le hizo gran campaña por TV, prensa y radio, y que sirvió y sirve para apoyar los *hashtags* de cada cadena de Maduro. De esta manera esta gente *twitea* y apoya *hashtags*, sin saberlo.

Y a todas estas os preguntareis, ajá, y ¿cuál es el objetivo de todo esto?

Hacer una campaña publicitaria en unas semanas (en medios internacionales y nacionales) donde van a decir que más de 10

millones de venezolanos le piden a Obama que derogue el decreto. También se dirá que más de 2 millones de extranjeros solicitan lo mismo.

¿Buena estrategia?

Sí, pero muy fácil de desmontar por cualquier experto por tanto dato falso e irreal. Pero recordemos que el régimen en Venezuela es diestro en repetir mentiras tantas veces que hasta parecen verdades. No necesito recordaros casos. Su uso estratégico de la TV, la radio y la prensa dan fe de ello.

Y me gustaría pensar que la embajada de Estados Unidos, el gobierno de ese país antes de escuchar una cosa como esta, o

prestarle atención, comprueba información, información que es tan fácil de chequear que hasta un *community manager* sería capaz de hacerlo.

De cualquier manera, y si os interesa leer más al respecto, os invito a visitar mi blog (www.gabycastellanos.com), donde tendréis todos los pantallazos de los datos para que no haya dudas y que estarán actualizados para el momento de la publicación, por aquello de tener información en tiempo real, inmediata y exacta.

Esto es lo maravilloso que tiene Internet. Las mentiras se saben, las trampas salen y sigue siendo, a pesar de todo, el único espacio/mundo que el régimen de Venezuela no controla y que sí controla *el pueblo*, el verdadero pueblo de Venezuela, esté donde esté.

GABY CASTELLANOS

Periodista y publicista. Comenzó su carrera publicitaria desde muy joven de la mano de Bobby Coimbra (Manager del Grupo WPP para la Región Andina). Fue directora creativa ejecutiva en algunas de las agencias nacionales e internacionales más importantes: JWT, Y&R, McCann y Lintas.

