

Tiktokers extranjeros: la estrategia de Maduro para maquillar la realidad venezolana

Una nueva narrativa de normalidad ha surgido en un país donde la hiperinflación, el deterioro de los servicios públicos y la migración masiva se han vuelto rutina.

Durante las últimas semanas, un grupo de tiktokers extranjeros, principalmente de México y Argentina, ha comenzado a compartir videos desde Venezuela mostrando una realidad muy distinta a la que viven millones de venezolanos.

Estos creadores de contenido, que cuentan con cientos de miles de seguidores en redes sociales, han recorrido zonas de Caracas como Chacao y Las Mercedes, presentando una imagen de prosperidad y normalidad que contrasta con la crisis que han [documentado](#) gran parte de organizaciones de derechos humanos del país.

Los influencers fueron invitados por el gobierno de Nicolás Maduro para participar en eventos como el Congreso Internacional del Fascismo, tener derecho de palabra en la Asamblea Nacional 2020 o hacer una participación especial en el podcast ConMaduro+, donde aprovecharon la ocasión para promover una «visión idílica» del país.

Sus videos tienden a incluir ideas como «donde yo vivo no pasa esto» o «la gente en Venezuela es hermosa y pacífica», y desvían la atención hacia otras tragedias globales, como los conflictos en Gaza, mostrando que, en comparación, Venezuela no tiene ningún problema.

El gobierno de Maduro ha encontrado en estas plataformas una herramienta poderosa para maquillar la realidad y proyectar una imagen distorsionada hacia el exterior, pero sus propias medidas afectan el impacto que estos videos puedan tener. El pasado 28 de septiembre se registró un bloqueo temporal de TikTok, que duró 7 horas y afectó a los principales proveedores de internet del país, como Cantv, Inter, NetUno, Digitel, Movistar, Airtek y Thundernet.

La restricción a la plataforma se extendió entre las 9:00 a.m. y las 4:00 p.m. siendo Cantv el primer proveedor en levantarla. El

mismo Maduro había acusado a los dueños de la red social de ser parte de los que «promueven una guerra civil» en Venezuela tras los resultados electorales del 28J, ya que influencers venezolanos como Lele Pons, La Divaza y George Harris utilizaban esta plataforma para apoyar el mensaje de la oposición.

La visita de tiktokers promovida por el gobierno contrasta con las propias denuncias del oficialismo sobre el uso de influencers por parte de la oposición para “desestabilizar la paz del país”. El Ministro de Comunicación, Freddy Nández, mostró durante el mes de agosto en su canal de Telegram un video donde se acusa a la oposición de pagar hasta 400 dólares a creadores de contenido a cambio de crear dos reels, videos en TikTok y publicaciones en Instagram para posicionar mensajes a su favor por dos semanas.

Usuarios en redes sociales han [acusado](#) al gobierno de pagar sumas que rondarían los 12.000 dólares a los tiktokers e influencers como el Michelo 2.0 en su visita a Venezuela, además de aproximadamente [400 dólares diarios](#) de inversión en viáticos.

Carmen Beatriz Fernández, profesora de comunicación política de la Universidad de Navarra y Pforzheim University, expuso en entrevista para **TalCual** que actualmente los influencers son percibidos por gran cantidad de personas como «los nuevos medios», ya que las audiencias difícilmente son alcanzadas por un medio de comunicación convencional, lo que ha ocasionado que desde grandes corporaciones hasta los equipos políticos quieran tener «sus propios influencers» dentro de las estrategias de comunicación.

Toda la clase política, según documentó, quisiera contar con influencers en sus mítines. Como ejemplo menciona que los espacios en las convenciones que antes eran para la prensa ahora están integrados por figuras públicas, artistas y personas con comunidades activas en internet.

Fernández afirmó que el caso venezolano es interesante porque el objetivo de la revolución desde los mandatos de Hugo Chávez había sido la hegemonía comunicacional, que consolidó Maduro, pero las audiencias que dejaron de consumir los medios del Estado se les escapan, muchos de ellos hacia redes sociales y figuras de internet.

«Maduro tiene el control hegemónico de prácticamente la totalidad de los medios del país, salvo algunos espacios digitales que son muy valiosos pero que en términos de audiencia no tienen tanto alcance. Por ejemplo, cuando Lele Pons

entrevistó a María Corina Machado y lo vieron 50 millones de personas, por lo que es claro que están teniendo un impacto en la comunicación política», sostuvo.

Este fenómeno fue explicado por la profesora como «desafección de la noticia». Señaló que las audiencias en general después del Covid-19 se han visto sobresaturadas con las noticias y buscan otras dinámicas más ligeras como fuentes de información. Es en estos casos cuando entran con mucha fuerza los influencers o tiktokers que ofrecen opiniones más cercanas “como si fuera un amigo con el que te estás orientando sobre un tema político».

«Toda esa estrategia que tuvo Maduro durante el 2023 de hacerse el simpático y banal, con la estrategia de SuperBigote y elementos de edición en las redes sociales que lo retrataron como un ‘dictablando’, un presidente con el que te puedes reír y bien distinto a un dictador convencional se vino al traste con lo que ha pasado desde el 28 de julio, por lo que están apelando con contratar creadores de contenido digital llamativos y disruptivos», argumentó Fernández, quien consideró que el oficialismo tiene tiempo jugando con esa variable porque su gobierno siempre ha apostado por la visión de control social de la situación venezolana.

Sin embargo, la consultora expresó que, aunque el trabajo de los influencers como el argentino Michelo 2.0 ha tenido cierto margen de ‘éxito’, no sobrepasa el impacto comunicacional que tuvo la líder de la oposición María Corina Machado al reunirse con plataformas como las de The Wild Project, Escuela de Nada o La Divaza, un abanico de influencers que cuentan con audiencias millonarias en comparación con el chavismo que tiene audiencias mucho más limitadas.

Tiktokers al servicio de la narrativa oficial

Uno de los influencers más activos en redes sociales fue **David Porras**, activista digital colombiano que llegó a Venezuela como «observador internacional» para monitorear las elecciones presidenciales. Durante su estadía, Porras publicó más de 15 videos mostrando una Venezuela «normal», al visitar zonas de Caracas con relativa estabilidad económica y desestimando los problemas estructurales que enfrentan gran parte de la población venezolana, como apagones constantes o las limitaciones en el poder adquisitivo para adquirir alimentos. A su vez, intenta desacreditar a la oposición venezolana al llamar a su dirigencia

como terroristas y garantes del fraude electoral.

«Los violentos que paga María Corina Machado son unos criminales de guerra, unos terroristas. Queman viva gente, farmacias populares y hacen montajes para generar caos y zozobra en Venezuela», posteó en X junto a una serie de videos.

□ NO LO VERÁS EN LOS MEDIOS TRADICIONALES | Los violentos que paga María Corina Machado son unos criminales de guerra, unos terroristas. Queman viva gente, farmacias populares y hacen montajes para generar caos y zozobra en Venezuela. Tres videos muy claros que lo demuestran □ pic.twitter.com/6iEWEvZBxg

– David Porras (@PORRASOPINION) [August 2, 2024](#)

Ariel Umpierrez, de Uruguay, es otro de los activistas que promueve el discurso oficial. Llegó a Venezuela el 12 de septiembre y compartió más de cinco videos donde se pasea por plazas, centros comerciales y restaurantes de Caracas; muestra zonas como la Candelaria, Fuerte Tiuna, y el este de la capital en las que se aprecia a ciudadanos en actividades cotidianas, intentando demostrar que la gente «no está preocupada porque Maduro sea un asesino», según mencionó en un video donde mujeres hacían bailoterapia en la plaza Francia de Altamira.

Umpierrez se centra en proyectar la idea de que, a pesar de las denuncias internacionales sobre violaciones de derechos humanos, la vida en Venezuela continúa sin complicaciones, y que los problemas en el país son solo «diferencias ideológicas», además de que la oposición es «tóxica por resurgir las ideas de ultraderecha, oligarcas, golpistas, racistas y elitistas» en el país.

Venezuela: ayer era el día indicado por la oligarca Corina que odia a su pueblo para que mercenarios gringos invadieran el país. Hay que ser malnacida para pedir que invadan tu país!!! Yo estuve hace 2 días en Venezuela y solo vi esto: gente en paz y tranquila. □□□ pic.twitter.com/T4dZD0qXKz

– Geopolitica Ariel Umpierrez (@arielumierrez) [September 17, 2024](#)

Pero además de los mensajes y los videos publicados en sus redes sociales, los influencers han ocupado otros espacios. Es el caso del argentino **Javier Gómez**, conocido como JaviFlama, quien ejerció un derecho de palabra en la Asamblea Nacional el pasado 17 de septiembre, donde aseguró que la población quiere hablar

de política, pero que las redes sociales ocultan esos debates mediante el uso de algoritmos. A su parecer, estos algoritmos perjudican la imagen del gobierno venezolano, quienes son «víctimas» de la manipulación mediática global por parte de las potencias extranjeras para crear caos y desinformación entre los ciudadanos.

Durante la misma sesión del Parlamento 2020, el argentino **Diego Omar Suárez**, conocido como **El Michelo 2.0** aseguró que el mundo se encuentra en una «guerra digital» donde Venezuela es de los principales objetivos, e instó a los comunicadores venezolanos a combatir el «fascismo digital» y la difusión de noticias falsas. Michelo declaró que el discurso de la líder opositora María Corina Machado es una copia del enfoque «extremista» de Javier Milei.

En sus videos resaltó su sorpresa por «no haber encontrado hambre, desesperación o revueltas» durante su recorrido por Caracas, ya que en los restaurantes se puede pagar con dólares, tarjetas de crédito y débito, o a través de plataformas de bancos extranjeros o criptomonedas, como Zelle o Binance.

Ni tu, ni yo, ni nadie se imagina a este ser dando un Discurso en el Palacio Federal Legislativo de la Asamblea Nacional quejándose que le banearon su cuenta de Tiktok de 26M de Seguidores, El Chavismo en una Parodia más hecha definitivamente pic.twitter.com/quLjAzy50F

– Guezzzt ☐☐ (@Guezzzt) [September 18, 2024](#)

Cómo se normaliza una crisis

La controversia que más se viralizó en redes sociales sobre estos creadores de contenido fue por parte de Michelo 2.0, quien publicó videos que muestran supuestas áreas de «atención VIP» dentro de El Helicoide, calificado por organismos internacionales como el centro de torturas más grande de Latinoamérica.

Michelo 2.0 bailó y cantó alegremente con música de los años 80, cuyas letras adaptó para transmitir una imagen optimista de Venezuela, asegurando que «el país no es como lo pintan en las redes sociales; aquí hay paz y gente feliz» en las instalaciones del Helicoide, donde funciona la sede principal del Servicio Bolivariano de Inteligencia (Sebin) en Caracas y lugar de reclusión de la mayoría de [presos políticos](#) del país.

Publicó al menos cuatro videos de su «visita guiada» por

funcionarios del gobierno venezolano al Helicoide en los que mostraba un restaurante, una barbería y una tienda de uniformes, pero omitiendo completamente las celdas, a los prisioneros políticos o cualquier referencia a las condiciones reales en las que se encuentran los detenidos.

El influencer describió el lugar como un edificio hermoso, lleno de áreas de esparcimiento y servicios de bienestar. «No veo un centro de tortura, veo un lugar para sanar», comentó en sus videos.

Llegó a simular ser perseguido por unos niños que jugaban baloncesto dentro del centro de detención, trivializando las denuncias de tortura donde opositores al régimen han denunciado ser sometidos a torturas físicas y psicológicas.

📄 | *¡La verdad sobre el Helicoide!*

Los adictos al odio suelen mentir en exceso cuando se trata del tema del Helicoide, pero, ¿realmente se puede confiar en lo que ellos dicen?

Claro que no, por eso el tiktoker Michelo nos muestra la verdad. pic.twitter.com/nFEvxxvZymY

– El Cuarto Rojo (@ElCuartoRojo) [September 26, 2024](#)

Sin embargo, esta colaboración con el gobierno de Maduro no pasó desapercibida en Argentina. La diputada Griselda Galleguillos presentó ante la Cámara de Diputados de Salta, tierra natal de Michelo, un proyecto para declarar persona non grata después de que se viralizara la visita a Venezuela.

«Presenté un proyecto que no tiene precedentes en esta honorable Cámara de Diputados. Propongo que se declare persona non grata a Diego Omar Suárez, conocido como ‘Michelo’, por su apoyo explícito al régimen dictatorial de Nicolás Maduro y su burla a las víctimas de torturas en Venezuela», afirmó Galleguillos.

Impacto de la propaganda digital

Michelo 2.0 es uno de los influencers con mayor alcance en Argentina, con una comunidad de 305 mil seguidores en Instagram, 23.8 mil en X, y 27 millones de seguidores en TikTok. Su contenido intenta desacreditar las denuncias de derechos humanos en Venezuela a través de comparaciones con la crisis política en Argentina, para suavizar la percepción que su audiencia extranjera pueda tener sobre Nicolás Maduro. Luego de su visita,

dos de sus cuentas fueron bloqueadas debido al alto volumen de denuncias por *spam* o contenido falso por parte de los usuarios, lo que Michelo catalogó como un «avance nunca antes visto contra la libertad de expresión» y la responsabilidad fue adjudicada al gobierno de Javier Milei.

«Ahora las canciones positivas son peligrosas para TikTok? Venezuela no es como te dicen las redes!!! En fin una prueba más de que estas redes sociales operan para censurar, sembrar odio y desinformación. ¡Regulación de redes ya!», indicó en un mensaje, al momento en el que abría una tercera cuenta para seguir generando contenido.

Javier Gómez, también desde Argentina, ha acumulado 637.2K seguidores en TikTok. A este equipo se le unió **Diego en la Lucha**, comunicador y analista político con una audiencia de 28,8 mil seguidores en X, 150 mil seguidores en YouTube y 145.3 mil en TikTok.

PARTE 5 y MÁS IMPACTANTE de:

🇦🇷 Argentino que CORRE P3LIGRO en VENEZUELA 🇺🇿🇵🇪🇦 @MissIzquierda @mismaroja @fernandeznorona @TorruGenia @Zroy34 pic.twitter.com/kGhRgeTK0k

– Diego En La Lucha 🇺🇿 (@DiegoEnLaLucha) [September 27, 2024](#)

El uruguayo Ariel Umpierrez cuenta con 123.8K seguidores en TikTok y 135K en YouTube, y 10.6K seguidores en Twitter, su narrativa se dirige tanto al público latinoamericano como a la audiencia global, con quienes comparte perspectivas geopolíticas y económicas en el país.

David Porras, de Colombia, ha tenido un impacto significativo en plataformas como TikTok, donde acumula 77.3K seguidores. En X, donde tiene 16.8K seguidores, utiliza su presencia para opinar sobre “derechos humanos y libertad de expresión”.

En México, **Diego Ruzzarin** es otro de los actores clave en la propagación de estas narrativas. Con 983K seguidores en Instagram, 2.2 millones en TikTok, y 201.3K en Twitter, Ruzzarin sostuvo que Nicolás Maduro es «el dictador más raro del mundo», porque hizo campaña para las elecciones presidenciales y las personas se le acercaban para pedirle abrazos y fotografías.

Según su criterio, «lo padre» de ser un dictador pues es que no se debe hacer campaña ni participar en procesos democráticos porque “ya está todo ganado”.

«Estuvo muy raro, porque ahora que he ido mucho a Venezuela, les digo que creo que conocí al dictador más raro del mundo. Obviamente yo crecí fuera de Venezuela, escuchando lo que decían los medios hegemónicos, entonces tú te esperas una cosa, pero vi un par de cosas medio raras para ser un dictador», argumentó Ruzzarin en un video donde defendió a Maduro por más de 4 minutos.

El ingeniero Andrés Eduardo González, director de la consultora Politik, explicó en conversación con **TalCual** que plataformas como TikTok sirven para masificar mensajes dirigidos a una población que no consume medios, ni en TV ni en prensa. Señaló que los regímenes autoritarios lo saben y por eso hacen importantes esfuerzos de propaganda en estas redes.

En su opinión, aunque el público de estos tiktokers es internacional, el alcance que puedan tener para cambiar su percepción sobre la situación en Venezuela es limitado.

«La realidad es dura: 8 millones de venezolanos han salido del país, con lo que es difícil tapar la tragedia. Pero si existe mucha desinformación. Hay gente que cree que en Venezuela aún no se consigue comida, por ejemplo. Entonces hay gente que puede salirle este video y pensar que realmente la situación de Venezuela no es tan grave», señaló González.

Consideró a su vez que esta estrategia de propaganda digital en contrapeso con las denuncias de organismos internacionales y medios independientes sobre la realidad venezolana «choca con la realidad», y está en manos de las voces disidentes continuar documentando y exponiendo lo que se vive en el país.

«La gente está pasándola mal. Se robaron las elecciones. Sigue la migración. Al final la verdad prevalecerá, pero la disidencia venezolana debe hacer la tarea de propaganda», concluyó el consultor.

¿Qué dicen los internautas?

Las respuestas de ciudadanos en redes sociales no se hicieron esperar, señalando el cinismo y frivolidad detrás de estos contenidos que intentan minimizar la crisis humanitaria en el país.

«Gracias al influencer, ahora sabemos que no solo torturan a la gente en El Helicoide, sino que lo hacen mientras en otros espacios los victimarios disfrutan de distintos placeres y servicios. Nos has dado, sin querer, material para la cultura de

la memoria, de la banalidad del mal», señaló la investigadora venezolana María Gabriela Trompetero.

Gracias al influencer ahora sabemos que no solo torturan a la gente en el Helicoide, sino que lo hacen mientras en otros espacios los victimarios disfrutan de distintos placeres y servicios. Nos has dado, sin querer, material para la cultura de la memoria, de la banalidad del mal

– María Gabriela Trompetero (@GabyTrompetero) [September 23, 2024](#)

Por su parte, el director de comunicación digital de la Presidencia de Argentina Juan Pablo Carreira, bajo el alias digital Juan Doe, consideró que el uso de figuras públicas que utiliza Maduro para lavar su imagen es la misma que utilizó Stalin en el pasado.

«Es increíble cómo Maduro usa la misma táctica de propaganda que Stalin hace 80 años. Esto es un viaje al pasado. En los primeros años de la dictadura soviética, Stalin se llevó a Moscú a Walter Duranty, jefe de redacción del New York Times... Duranty estuvo casi 20 años mostrando que la Unión Soviética no era una dictadura, mientras ocultaba genocidios como el Holodomor... Esta táctica de llevar al pelotudo de Michelo a mostrar los semáforos LED que puso Maduro en Caracas con la plata de la gente que se está LITERALMENTE muriendo de hambre en el interior del país, tiene casi 100 años», expuso en X.

Es increíble cómo Maduro usa la misma táctica de propaganda que Stalin hace 80 años. Esto es un viaje al pasado.

En los primeros años de la dictadura soviética, Stalin se llevó a Moscú a Walter Duranty, jefe de redacción del New York Times, 13 veces ganador del Pulitzer, y una... pic.twitter.com/EDNAZZn62D

– Juan Doe (@jdoedoe101101) [September 14, 2024](#)

Muchos otros internautas resaltaron con indignación el tono insultante de los videos: «Se burlan de los presos del Helicoide que están como un campo de concentración ahora del siglo XXI, es como burlarse del holocausto y los sobrevivientes. Ni las redes ni la historia olvidan, Michelo, cuidado que no te agarren desprevenido», agregó un usuario con el alias ‘Venezuela libre’.

Con información de TalCual