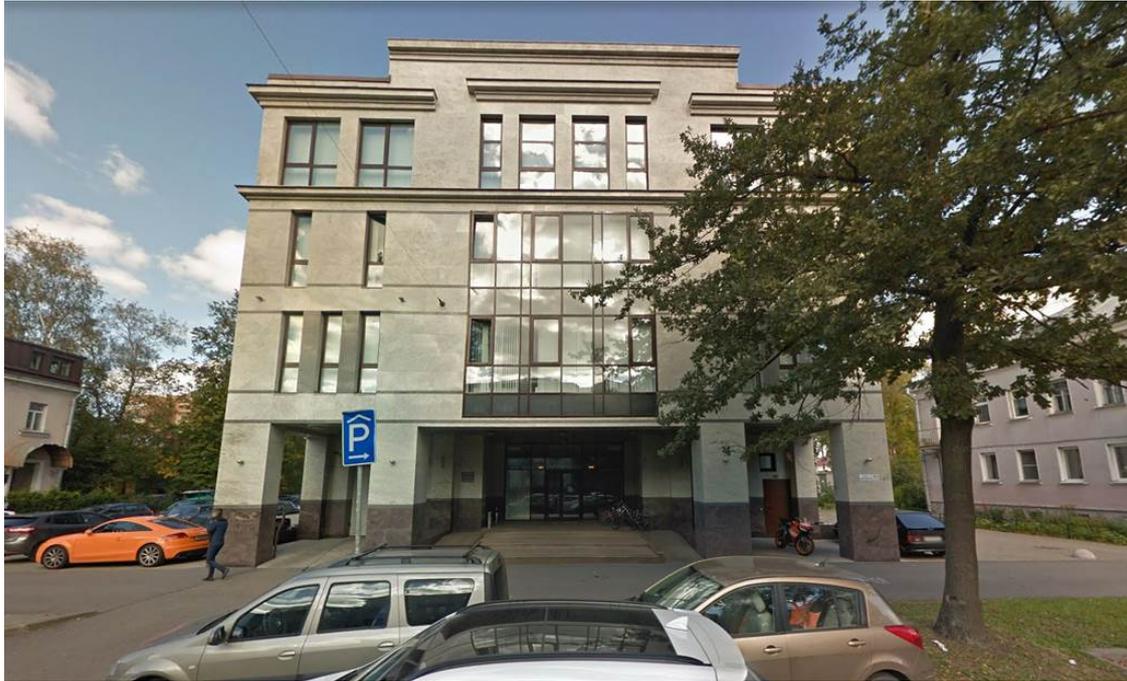


Las mentiras de Occidente o como cualquiera puede ser un “troll” ruso

Simplemente se necesita Google y 100 dólares



La cuenta de Google AdWordsusa la dirección e identificación fiscal de San Petersburgo para la granja de trolls “vinculada al Kremlin” acusada por el abogado especial que investiga la injerencia de Rusia en las elecciones de EE.UU. Foto: Google Street View

Traemos al lector un documento imprescindible para entender cómo se manipula la realidad en el sistema soft totalitario que vivimos.

En los últimos años hemos vivido una auténtica campaña criminal de las potencias atlantistas y las élites globalistas contra Rusia, acusando al Estado ruso y especialmente al gobierno del presidente Vladimir Putin, de toda clase de maldades para justificar las acciones imperialistas y belicistas de dichas élites en todo el mundo.

Uno de los relatos más fantasiosos ha sido el de la supuesta injerencia e interferencia de los trolls y bots rusos en los procesos democráticos y políticos de los países occidentales. Es la monserga con la que hemos madrugado un día y otro también, con un relato desquiciadamente conspiranoico en el que, dentro de un círculo vicioso, medios de comunicación y opinadores se apoyaban en think tanks atlantistas, que a su vez se apoyaban en los primeros, citándose unos a otros, para acusar a Rusia de campañas de intoxicación, distribución de noticias falsas, campañas insidiosas, etc., e

influir en las decisiones de las opiniones públicas occidentales. Pero todas las acusaciones (elecciones en EEUU, Francia, Alemania, proceso independentista catalán, Brexit en el Reino Unido,...) tenían una característica común: **nunca se presentaban evidencias contrastables.**

En el caso de los trolls y bots rusos, a pesar de las dificultades (que cualquiera mínimamente iniciado conoce) que existen para poder identificar los focos de intoxicación, los propagadores de la historieta se amparan en el muy limitado conocimiento del gran público sobre como funcionan los trolls, **siempre han dado por evidente que “tenían que ser rusos”**. Incluso identificaron alguna de esas “granjas” de trolls desde donde se lanzaban esos materiales a la red, como el caso de las instalaciones de San Petersburgo.

Pero gracias al trabajo, simple pero riguroso y serio, de **Google Transparency Project**, podemos poner en conocimiento de todos los lectores como **cualquier persona desde cualquier punto del mundo, con muy pocos medios y dinero, puede convertirse en un troll “ruso”** y lanzar un “ataque” contra nuestras “democracias”. Es tan simple el método como insultante la forma que tienen de burlarse de nosotros los que cobran de los fondos de réptiles para hacernos creer que los malvados rusos están detrás de todo lo que nos pasa.

Google Transparency Project es una iniciativa norteamericana de investigación de **Campaign for Accountability**, una organización sin fines de lucro que con la investigación, litigios y comunicaciones expone el impacto de las decisiones tomadas detrás de las puertas de las salas de juntas corporativas y las oficinas gubernamentales. Podemos asegurar que CfA no es precisamente un entramado de ex agentes del KGB ni “hombres de negro” mandados por Putin. Pero su trabajo deja en evidencia que si cualquiera en cualquier parte del mundo puede hacer lo que aquí se explica... entonces **TODA LA HISTORIETA DE LOS TROLLS “RUSOS” QUEDA EN RIDÍCULO.**

Rozando el bochorno y el esperpento quedan los que han servido de palmeros y perritos falderos de sus amos publicando, sosteniendo en público y llevando la historieta de la “injerencia rusa” incluso a instancias oficiales, cámaras de representantes, cargos políticos y miembros de gobiernos.

Si no fuera porque sabemos que a los autores intelectuales y ejecutores de todo este esperpento solo les guía el odio y la rabia, toda la historieta de los trolls y bots que “señalaban indudablemente a Rusia” sería hilarante...

Ya lo decía un ruso, **León Tolstoi: De lo sublime a lo ridículo no hay más que un paso.** Y en este tema, algunos han dado muchos pasos. De ahí el tamaño de su ridículo...

Juan A. Aguilar
Director de Elespiadigital.com

Google Transparency Project

Nuevas pruebas muestran que Google ha hecho poco para evitar que los actores extranjeros influyan indebidamente en las elecciones estadounidenses.

- Campaign for Accountability pudo publicar anuncios creados por trolls rusos en las plataformas de Google, dirigidos a las audiencias de los EE. UU.
- La cuenta rusa de AdWords se configuró con el nombre y los detalles de identificación de la granja de trolls vinculada al Kremlin
- Los anuncios se pagaron en rublos rusos y se publicaron en las principales propiedades de los medios estadounidenses.

Durante meses, Google ha pregonado una serie de nuevas y estrictas reglas puestas en marcha para evitar que actores extranjeros deshonestos abusen de su plataforma para influir en las elecciones estadounidenses. Afirmó que los adversarios extranjeros ya no podrían comprar anuncios políticos o lanzar propaganda crítica, como lo hicieron los agentes rusos libremente durante la campaña de 2016.

Pero una serie de pruebas muestra que Google ha hecho poco para fortalecer sus defensas. Apenas cinco meses antes de las elecciones de mitad de período de 2018, CfA pudo comprar anuncios en la plataforma de publicidad rusa de Google dirigida a usuarios de Internet de EE. UU. Usó el nombre y los detalles de identificación de la granja de trolls supuestamente vinculada al Kremlin que llevó a la campaña de Rusia a influir en las últimas elecciones presidenciales. Incluso pagó por los anuncios en rublos rusos.

Luego, Google publicó los anuncios en una amplia gama de sitios web y canales de YouTube, incluidos *CNN*, *CBS This Morning*, *The Daily Beast*, *Huffington Post*, *AnnCoulter.com* y *Britain's Daily Mail*.

La granja de trolls, conocida oficialmente como la Agencia de Investigación de Internet (IRA), ha sido objeto de innumerables artículos desde las elecciones de 2016 y fue [acusada](#) por el abogado especial que investiga la injerencia en las elecciones de los Estados Unidos. A pesar de su notoriedad, CfA pudo configurar fácilmente una cuenta rusa de AdWords, usando el nombre, la dirección y el número de identificación fiscal de la granja de trolls con sede en San Petersburgo. Google incluso rellenoó útilmente los detalles de contacto de la granja troll.

Google aprobó rápidamente los anuncios, que utilizaban un lenguaje similar y muchas de las mismas imágenes que creó Troll Farm en 2016. Muchas de las imágenes aprobadas por Google ya habían sido identificadas por investigadores del Congreso de los EE. UU. Como instrumentos de propaganda rusos.

Google también aprobó anuncios publicitarios que dirigían a los usuarios de Internet de los Estados Unidos identificados por los investigadores del Congreso y los medios de comunicación como “creados y gestionados por los trolls rusos”.

La facilidad con la que CfA pudo replicar la campaña “rusa” de 2016 socava las afirmaciones de Google de haber fortalecido su plataforma contra la manipulación externa. En medio de revelaciones de que los agentes rusos [gastaron decenas de miles de dólares en la](#) compra de anuncios de Google para influir en las elecciones de 2016 en los EE. UU., Google [dijo](#) en octubre de 2017 que empleaba "un conjunto de políticas publicitarias estrictas que incluyen límites en la orientación política de los anuncios".

Diez meses después, en agosto de 2018, Google [promocionó](#) su inversión en "sistemas robustos" para "identificar las operaciones de influencia lanzadas por gobiernos extranjeros" en sus plataformas.

Ninguno de estos pasos disuadió a los investigadores de CfA. CfA pudo replicar una campaña de influencia a pequeña escala con menos de \$ 100, usando solo un teléfono grabador para registrar la cuenta de Google y una cuenta de Yandex para transferir fondos a Google AdWords.

En un esfuerzo por activar las medidas de protección de Google, la prueba dejó en evidencia obvias señales de advertencia.

CfA se hizo pasar por rusos al comprar anuncios políticos dirigidos a usuarios estadounidenses. Utilizamos una dirección IP rusa, accedimos a la plataforma de AdWords rusa de Google y proporcionamos los detalles de la granja de trolls rusos acusados. CfA envió una copia del anuncio y promovió los sitios web creados por la granja troll. Y CfA los pagó en moneda rusa utilizando Yandex, el servicio de pago en línea más grande de Rusia.

El hecho de que Google no bloquee nuestros anuncios de prueba también contrasta con el anuncio de Facebook en julio de 2018 de que había [detectado y eliminado](#) 32 páginas y cuentas falsas después de identificar una posible campaña para influir en las elecciones de medio término en los Estados Unidos.

En agosto de 2018, Facebook [anunció](#) que había descubierto otro conjunto de redes de cuentas rusas e iraníes destinadas a influir en los estadounidenses y los ciudadanos de otras naciones.

Los anuncios asociados con esas cuentas de Facebook parecen haber sido mucho más difíciles de detectar que los que afectaron las elecciones de 2016. Las cuentas [utilizaban redes privadas virtuales](#) para enmascarar su verdadera ubicación, dependían de terceros para comprar los anuncios y los anuncios se pagaban con dólares estadounidenses y canadienses. Facebook no permite el pago mediante tarjetas de crédito de prepago o Yandex y requiere una cuenta bancaria, PayPal o tarjeta de crédito válida para comprar anuncios, lo que dificulta un experimento similar.

Por el contrario, CfA no intentó dar a nuestros anuncios la apariencia de legitimidad al enviarlos a Google. CfA creó anuncios falsos y luego los dirigió a sitios web de trolls rusos conocidos, como [BlackMattersUS.com](#) y [USAREALLY.com](#) .

El antiguo sitio [fue presuntamente utilizado](#) por el IRA durante las elecciones de 2016 para avivar las tensiones raciales y provocar disturbios políticos al optar por activistas de derechos civiles estadounidenses. USAReally.com entró en escena más recientemente. En junio de 2018, los investigadores de Internet [identificaron](#) el sitio como el [último intento de Rusia](#) desocavar la democracia de los Estados Unidos al publicar teorías de conspiración descabelladas como noticias e intentar organizar mítines políticos para apoyar al Presidente Donald Trump.

Google no intentó verificar la identidad de la cuenta rusa y aprobó los anuncios en tan solo 24 horas. En un caso, Google incluso recomendó imágenes directamente de uno de los sitios de trolls rusos ya que estábamos preparando nuestra campaña de AdWords.

Las campañas fueron sorprendentemente baratas. Nuestros anuncios recibieron más de 20,000 visitas y más de 200 clics, todo por un costo publicitario total de alrededor de \$ 35.

Las plataformas de gran alcance de Google fueron fundamentales para el supuesto esfuerzo de Rusia por influir en las elecciones, brindando a sus agentes un contacto mucho mayor con los votantes estadounidenses de lo que podían obtener a través de las plataformas de medios sociales como Facebook y Twitter. A través de sus anuncios de búsqueda y correo electrónico, y los anuncios en millones de sitios web de terceros que se ejecutan a través de Google AdSense y DoubleClick, Google opera el [negocio de publicidad en](#) red más grande del mundo.

La compañía también es propietaria de YouTube, el sitio de videos en línea más grande del mundo, que aloja [videos de propaganda y anuncios](#) comprados por Rusia en el período previo a las elecciones de 2016.

Haciéndose pasar por trolls: así es como CfA compró anuncios como IRA

Paso uno: comprar el teléfono y las tarjetas de teléfono prepago

El correo electrónico y los proveedores de AdWords que usamos para registrar nuestras cuentas requerían un número de teléfono celular. Para dificultar el rastreo y ver si activamos las medidas de seguridad, le pedimos a un amigo viajero que compre un teléfono Nokia barato por \$ 15.99 en un pequeño mercado en Panamá y chips de \$ 5 de tres proveedores móviles diferentes en Panamá. Luego activamos cada chip de teléfono con una tarjeta de \$ 5.



Quemador de teléfono y chips móviles comprados aquí

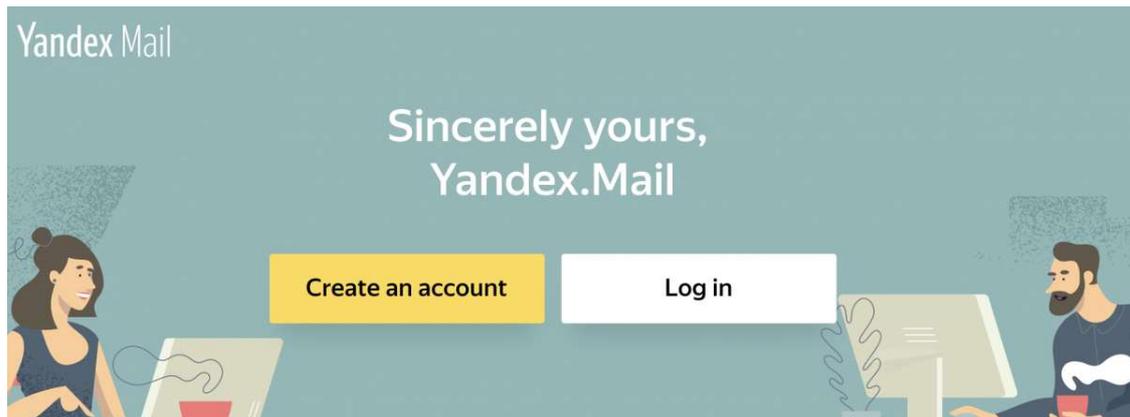


Teléfono móvil Nokia y chips móviles

Costo: Teléfono y tarjeta prepago: \$ 45.99

Paso Dos: Configurar una cuenta de correo electrónico en Rusia a través de Yandex.com

Luego, creamos una cuenta de correo electrónico gratuita utilizando Yandex.com, el [proveedor de](#) Internet y correo electrónico más grande de Rusia. Yandex sirve principalmente a usuarios en Rusia y en los estados del mundo ruso. Sus fundadores y la mayoría de los empleados de la compañía se encuentran en Rusia. Yandex también proporciona el [servidor de correo designado](#) para el sitio de trolls ruso USAREally.com.



Cree una cuenta de correo electrónico gratuita en <https://mail.yandex.com/>

Nuestro primer paso fue elegir un nombre ruso común para nuestra cuenta de correo electrónico de Yandex. Este sería el mismo nombre que usaremos para registrar nuestra cuenta de AdWords en ruso también. Una búsqueda en Google de nombres rusos comunes proporcionó la respuesta: "Mikhail Sokolov".

Most popular Russian boys names

- Artem. For the last two years the most popular name in Moscow given to the boys was the name Artem, which in Greek means "unscathed." ...
- **Aleksandr**. The name **Aleksandr** for many years remains one of the most popular male names in Moscow. ...
- Maksim. ...
- Ivan. ...
- **Mikhail**. ...
- Sophia. ...
- Maria. ...
- Anastasia.

Family names are arranged from the most common to the least common.

- **Ivanov**. This last name is derived from the first name Ivan, which means "God's grace." ...
- **Smirnov**. This last name is derived from the Russian name Smyrnoi, which means "meek." ...
- **Kuznetsov**. ...
- **Popov**. ...
- **Vasiliev**. ...
- **Petrov**. ...
- **Sokolov**. ...
- **Mikhailov**.

Luego, creamos nuestro nombre de usuario y contraseña de Yandex para el correo electrónico e ingresamos nuestro número de teléfono de Panamá para recibir el código de confirmación para crear la cuenta.



Registration

First name
Mikhail ✓

Surname
Sokolov ✓

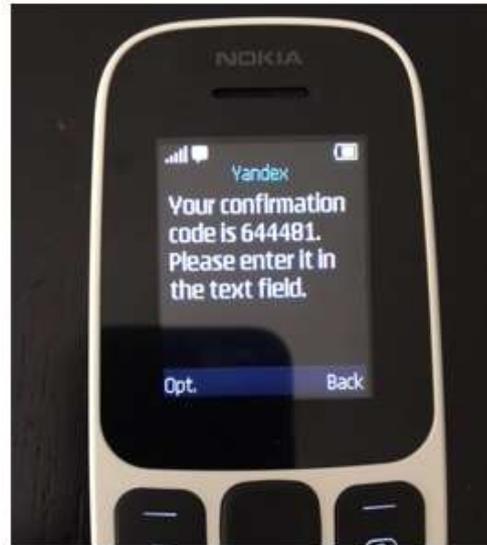
Enter a login
s0kolovmik ✓

Enter a password
***** ✓

Confirm password
***** ✓

Mobile phone number
+5076 [redacted]

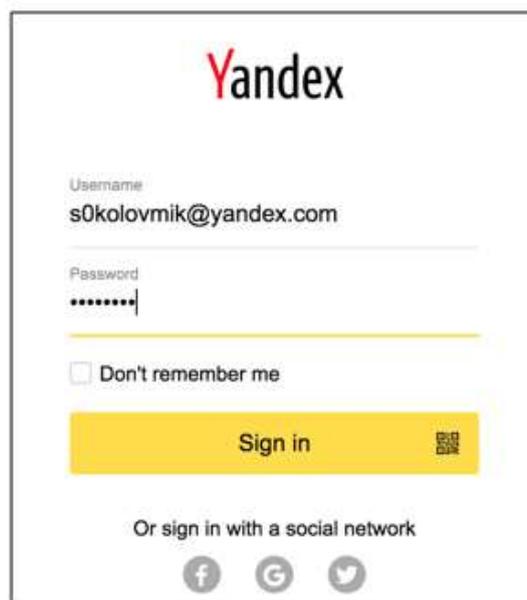
Send code



Mobile phone number
+507669 [redacted] ✓

Enter the code from the SMS
644481 ✓

Your phone number successfully confirmed



Yandex

Username
s0kolovmik@yandex.com

Password

Don't remember me

Sign in

Or sign in with a social network

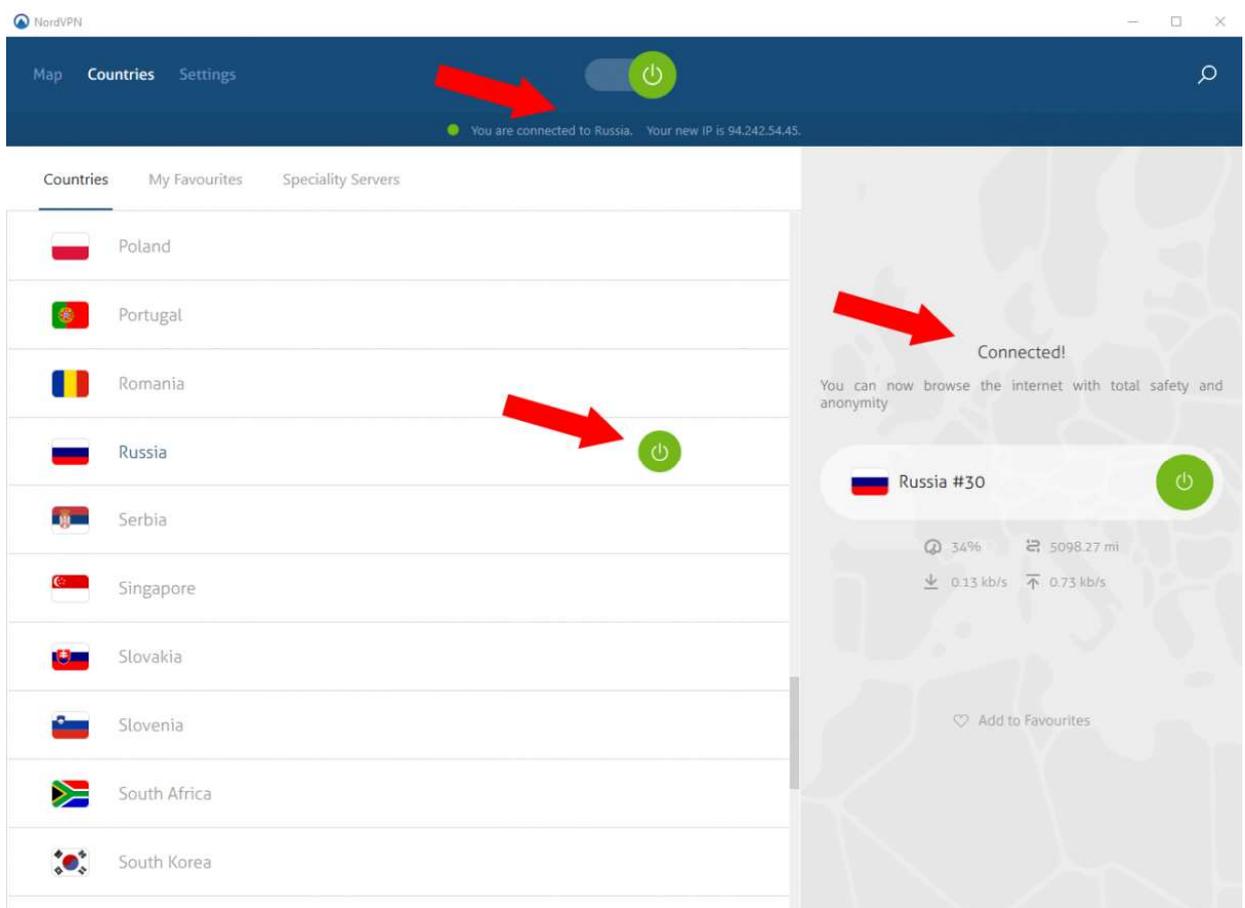
f G t

Coste: Gratis

Con nuestra cuenta de correo electrónico oficial de Yandex, ahora estábamos listos para registrar nuestra cuenta rusa de Google AdWords.

Paso Tres: Descarga NordVPN

Antes de crear nuestra cuenta de AdWords en ruso, queríamos asegurarnos de que todas las direcciones IP registradas por Google fueran rusas, por lo que descargamos el software de red privada virtual de NordVPN y nos suscribimos al servicio por \$ 11.99 al mes. Luego usamos el servicio para iniciar sesión en un servidor ruso.



El software de computadora portátil de NordVPN ofrece la opción VPN en Rusia

Confirmamos que iniciamos sesión en un servidor ruso al revisar nuestra dirección IP en www.whatismyipaddress.com. Nuestra dirección de IP en Rusia estaba en San Petersburgo, la misma ciudad en la que se encuentra la Agencia de Investigación de Internet.

My IP Address Is:

IPv4: **94.242.54.22**

IPv6: Not detected

My IP Information:

ISP: OOO Fishnet Communications

Services: [Network Sharing Device](#)

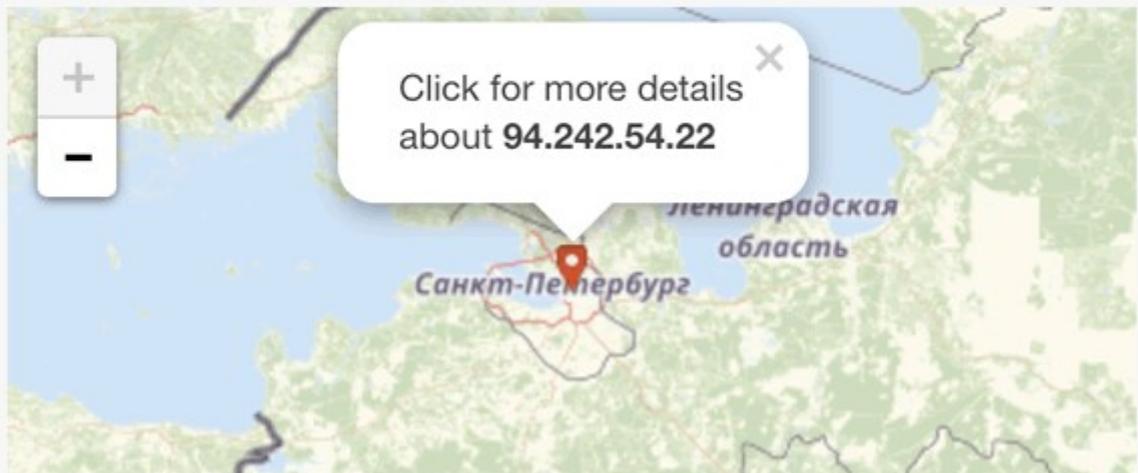
City: Петровский округ

Region: Saint Petersburg

Country: Russian Federation

Make My IP Address Private

[Click Here](#)



Costo: \$ 11.99 por mes

Paso cuatro: Registre una nueva cuenta rusa de AdWords

Antes de crear nuestra cuenta, iniciamos sesión en NordVPN a través de un servidor ruso y navegamos a la página de AdWords de Google Russia. (A fines de julio, Google AdWords se cambió de nombre y se convirtió en [Google Ads](#)).

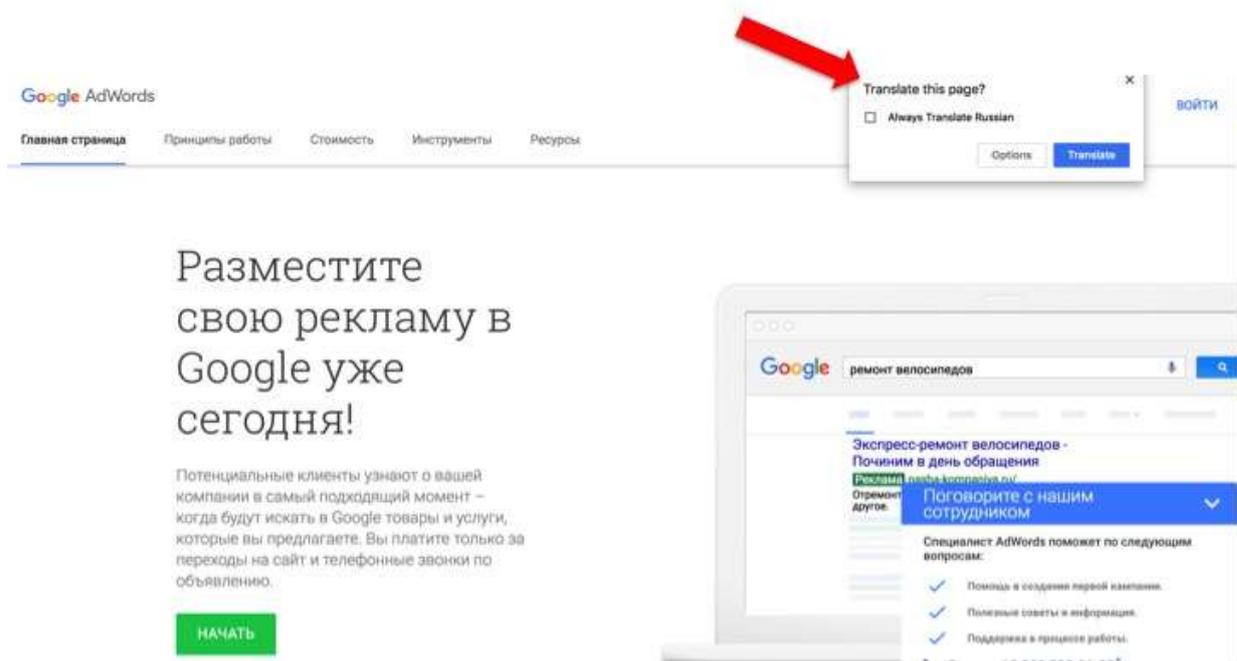
Онлайн реклама в поиске и в контекстно ... - Google AdWords

https://adwords.google.com/intl/ru_ru/home/ ▼

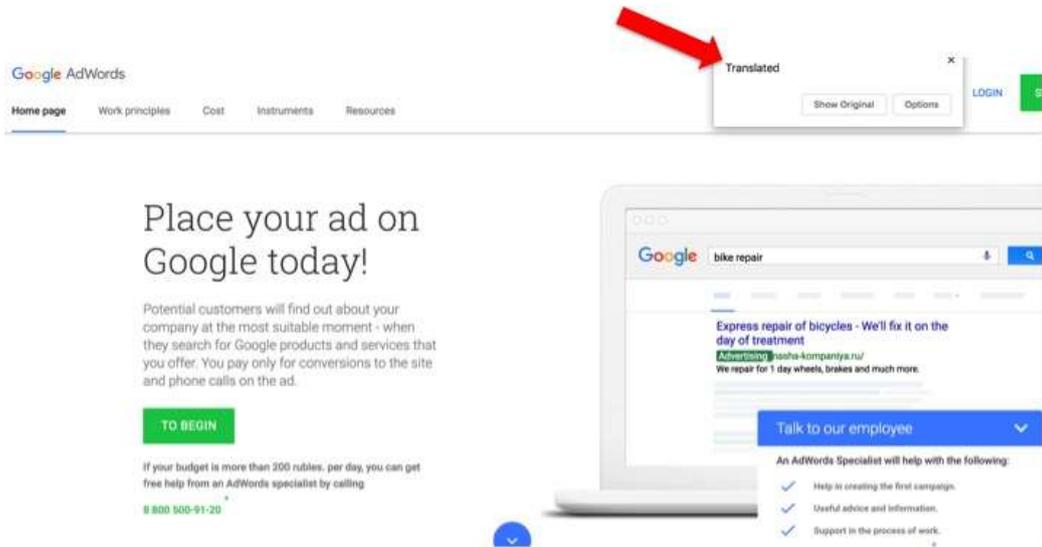
Запустите рекламу онлайн вместе с **Google AdWords**. Используйте объявления с оплатой за клик и находите клиентов для вашего бизнеса в Google ...

[Стоимость](#) · [Принципы работы](#) · [Инструменты](#)

Traducimos automáticamente la página rusa de Google AdWords al inglés haciendo clic en el ícono del traductor de Google en la parte superior derecha del navegador Chrome.



Página de AdWords en ruso de Google



Traducido al inglés a través del navegador Chrome.

Luego creamos nuestra cuenta de AdWords usando la dirección de correo electrónico de Yandex creada en el Paso Dos y nuestro teléfono de Panamá.



Create a Google account

Go to Google AdWords

Name	Surname
Mikhail	Sokolov

E-mail address
sokolovmik@yandex.com

You will need to confirm that this is your email address.

[Create a Gmail account](#)

Password	Confirm the password
.....

The password must contain at least eight characters, including letters, numbers and special characters

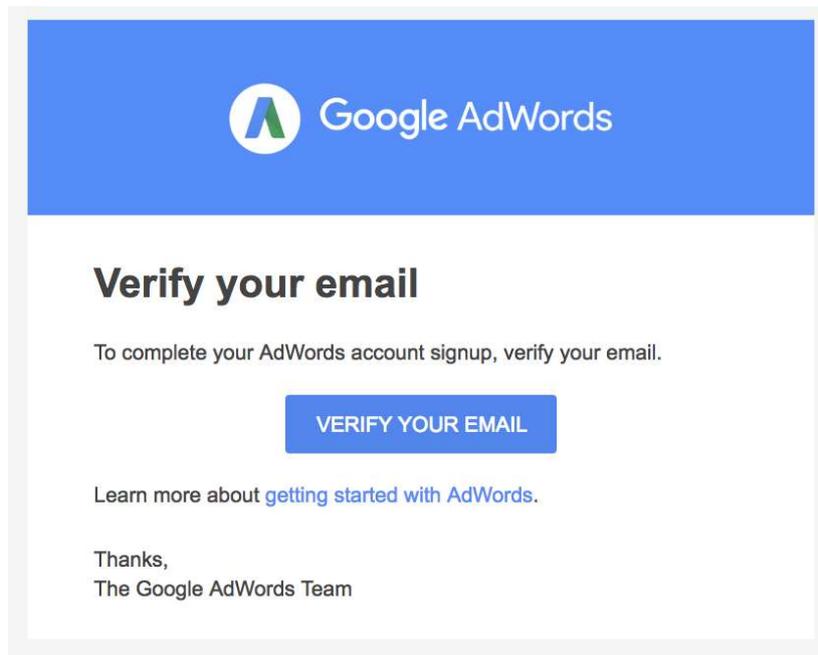
[To come in](#)

FURTHER

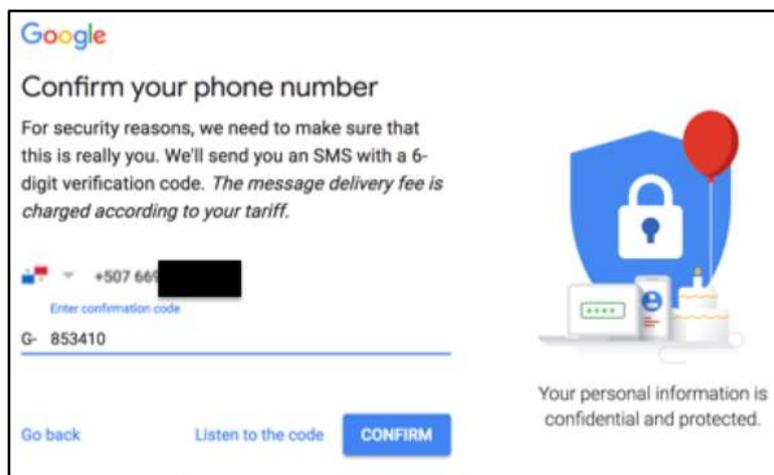
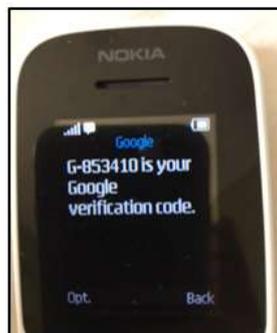


One account for all Google services.

Siguiendo las indicaciones de Google AdWords, verificamos nuestra dirección de correo electrónico de Yandex.



Luego confirmamos nuestro número de teléfono utilizando el código enviado a nuestro teléfono Nokia.



Con esos sencillos pasos, creamos nuestra cuenta oficial de AdWords en ruso



Welcome to Google

 s0kolovmik@yandex.com

Phone number (optional)

 +507 669 [REDACTED]

This number will not be visible to other users.

Day Month Year

Date of Birth

Floor



Your personal information is confidential and protected.

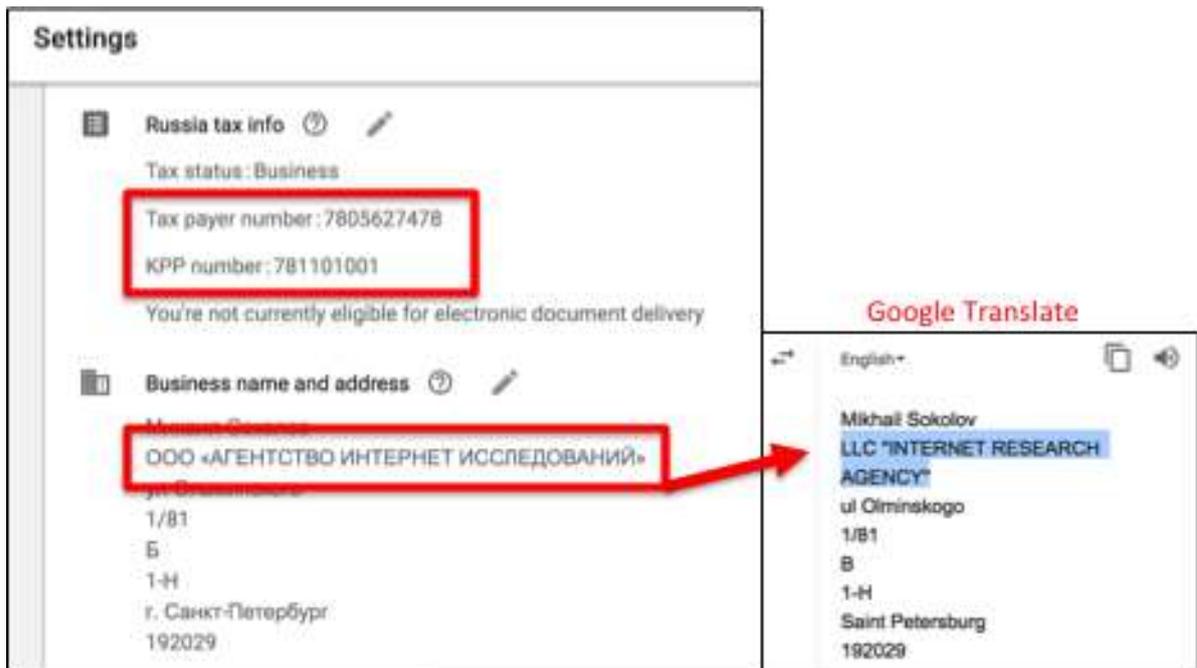
Coste: Gratis

Paso cinco: configurar la facturación de nuestra cuenta de AdWords

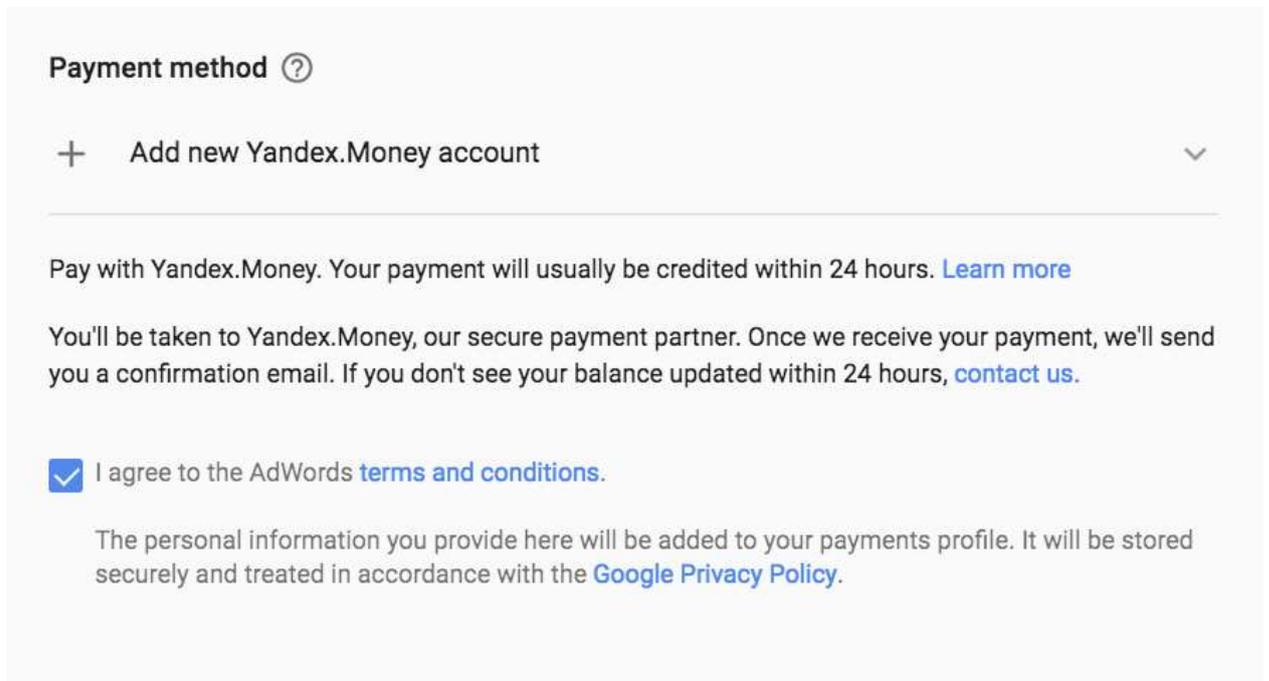
Una vez que configuramos nuestra cuenta de AdWords, ingresamos la información de facturación de la Agencia de Investigación de Internet de Rusia, detalles que podrían esperarse para un examen detallado, dada la historia bien documentada de la granja Troll.

Para nuestra prueba, ingresamos los números de contribuyentes rusos para el IRA. Los datos sobre las empresas rusas, incluidos los documentos de identificación fiscal, están disponibles gratuitamente en la web. Una [búsqueda en](#) Google de la Agencia de Investigación en Internet encontró docenas de sitios con su identificación fiscal y otros detalles de registro de la compañía.

Después de ingresar los números, Google completó los campos de "Nombre y dirección comercial" de nuestra cuenta automáticamente, completando su nombre y la dirección de San Petersburgo.



Luego configuramos nuestro método de pago a través de Yandex, el servicio de pago electrónico más grande de Rusia, y transferimos 2,500 rublos (aproximadamente \$ 40 en ese momento) a la cuenta de AdWords.



✕ **Make a payment**

 Yandex.Money ** [REDACTED] 7543 ▼

Overdue charges from all Google products associated with this payment method may be charged at this point.

Specify your payment amount

Payment amount

RUB 2,500|

E.g. 10000.00

MAKE A PAYMENT

✕ **Payment confirmed**

Thank you for your payment of RUB 2,500.00.

It could take up to 24 hours for your payment to appear on your transactions page.

GOT IT



Payment Receipt

ООО «Гугл»
ул. Балчуг, д.7
г. Москва
Россия
115035

Payment date Jun 4, 2018
Billing ID 0145-8515-6674
Payment method Yandex.Money ****7543

Corporate registration code
997750001
Tax identification number
7704582421

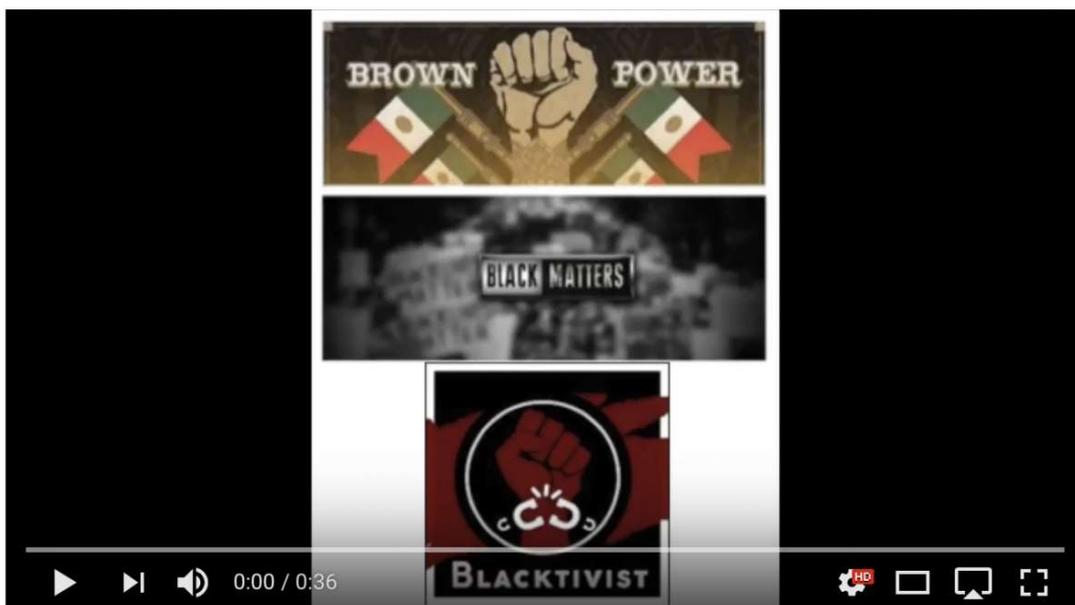
ООО «АГЕНТСТВО ИНТЕРНЕТ
ИССЛЕДОВАНИЙ»
Михаил Соколов
ул Ольминского, 1/81/Б, 1-Н
г. Санкт-Петербург
Russia
192029

Description	
Payment amount	руб. 2,500.00

Coste: \$ 40.00

Paso Seis: Crea el video de YouTube al que apuntarían nuestros anuncios

Comenzamos con la creación de un video de YouTube de 30 segundos utilizando los memes de Facebook previamente publicados por las cuentas identificadas como creadas por los trolls vinculados al Kremlin: Brown Power, Black Matters y Blacktivist. Los memes se obtuvieron de un conjunto de anuncios [publicados por el Comité de Inteligencia de la Cámara](#) en mayo de 2018 como parte de su investigación sobre los esfuerzos rusos para sembrar discordia en la red.

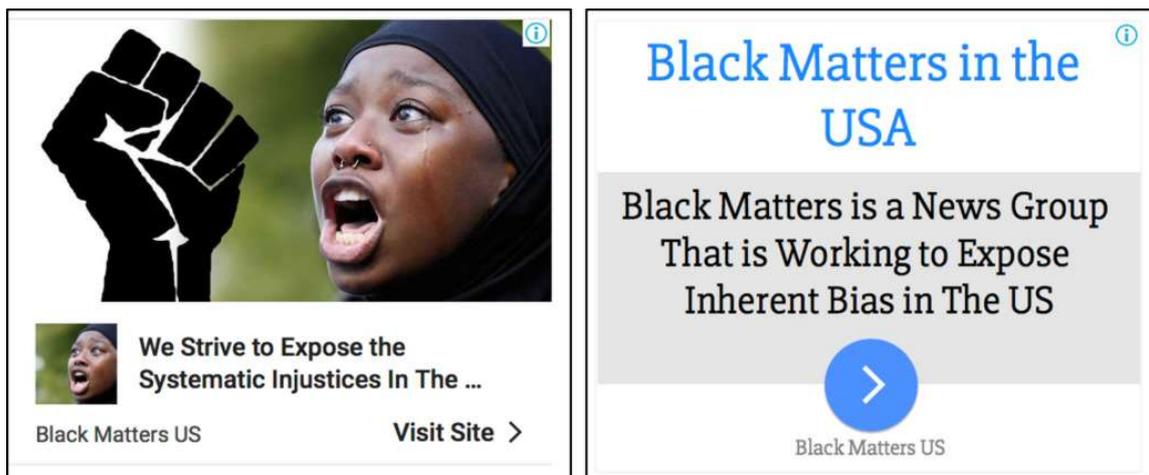




Video de [YouTube](https://www.youtube.com) publicado con memes rusos de Facebook

Paso Siete: Crear campañas de AdWords

A continuación, creamos mensajes de texto y anuncios que apuntan al video de YouTube con imágenes e idioma idénticos a los sitios web de trolls rusos BlackMattersUS.com y Blacktivist. Basándonos en el texto que elegimos para nuestra campaña publicitaria, la función AdWords de Google sugería su propia imagen de una mujer llorando, así que incorporamos la imagen en nuestra campaña junto con el puño levantado de varios memes Blacktivistas de Facebook.



Anuncios nativos y de texto para la [campaña](#) "Black Matters". Google sugirió la imagen utilizada.

También elegimos información demográfica, de palabras clave y de audiencia específica para la segmentación de anuncios para audiencias en los Estados Unidos. Por ejemplo, elegimos "afroamericano", "política" y "escándalos e

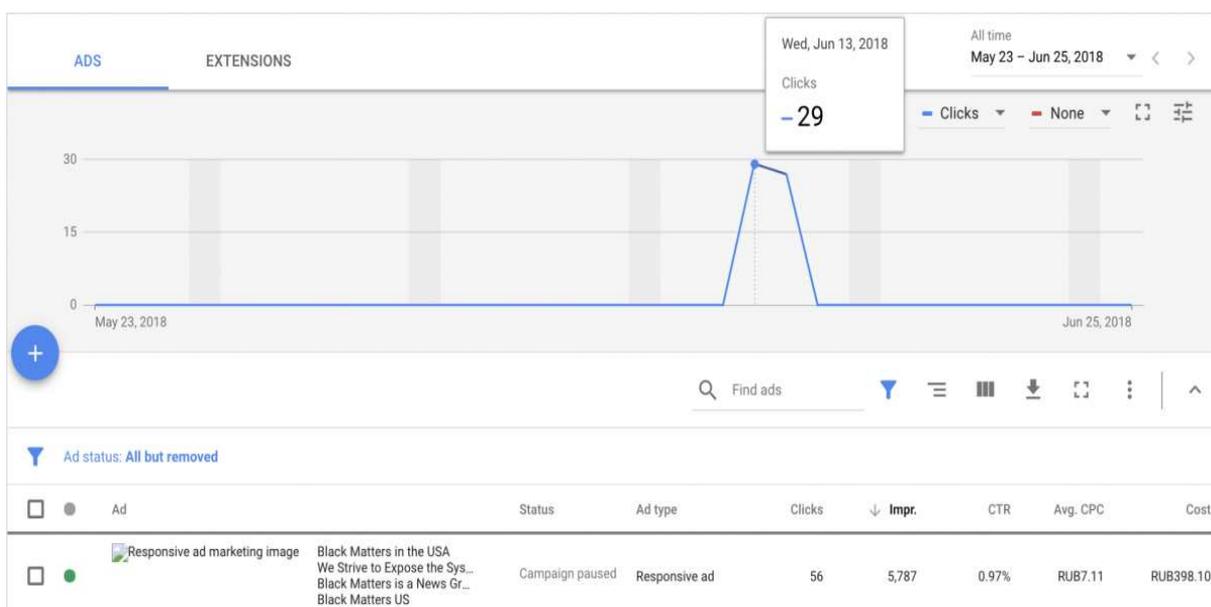
investigaciones" entre otras categorías de objetivos basados en intereses que Google [afirma que no permite](#).

Google dirige los anuncios a los usuarios según sus intereses, por lo que un usuario que haya buscado planes de entrenamiento de maratón anteriormente podría ver un anuncio de zapatillas mientras lee las noticias. Google mostró anuncios a las personas que identificó como interesadas en los temas que definimos.

Keyword status: All but removed	
<input type="checkbox"/>	Keyword ↑
<input type="checkbox"/>	Black Matters
<input type="checkbox"/>	candace owens
<input type="checkbox"/>	hands up don't
<input type="checkbox"/>	kanye west tmz
<input type="checkbox"/>	michael brown
<input type="checkbox"/>	more likely to be arrested
<input type="checkbox"/>	new jordans
<input type="checkbox"/>	out on bail

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Topic	Status
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sports	Campaign paused
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	News	Campaign paused
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	People & Society > Ethnic ... African-Americans	Campaign paused
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	News > Politics Opinion & Commentary	Campaign paused
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	News Sports News	Campaign paused
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	News > Gossip & Tabloid N... Scandals & Investigations	Campaign paused
Total: Topics			

Nuestro anuncio de prueba se envió el 11 de junio y se aprobó rápidamente el 13 de junio. La campaña duró dos días, generando 5,787 impresiones y 56 clics a un costo total de 398 rublos (aproximadamente US \$ 6.30).



Según Google, nuestros anuncios aparecieron en los canales de YouTube para varias cabeceras destacadas de medios, como *CBS This Morning*, *CNN*, *Comedy Central*, *Huffington Post*, *Essence* y docenas de otros sitios web populares y canales

de YouTube. Google dice que la colocación de anuncios es una función de las palabras clave seleccionadas al crear una campaña de AdWords.

<input type="checkbox"/>	CNN	YouTube channel	Blyat Clicks Matter	0	27
<input type="checkbox"/>	CBS This Morning	YouTube channel	Blyat Clicks Matter	0	5
<input type="checkbox"/>	Comedy Central	YouTube channel	Blyat Clicks Matter	0	6
<input type="checkbox"/>	ESSENCE	YouTube channel	Blyat Clicks Matter	0	8
<input type="checkbox"/>	HuffPost	YouTube channel	Blyat Clicks Matter	0	5

Canales de YouTube seleccionados donde se publicaron los anuncios

Para nuestra segunda campaña de AdWords, dirigimos a los usuarios de Internet de EE. UU. a un nuevo sitio web que, según los informes, ha sido creado por los trolls rusos: USAREally.com. Según informes de prensa, una rama de IRA con sede en San Petersburgo conocida como RIA FAN (riafan.ru) [creó el sitio](#) para proporcionar información sobre lo que dicen es la "creciente censura política impuesta por los Estados Unidos".

Usamos imágenes directamente del sitio web USAREally.com para un "flashmob" que el 14 de junio intentaba organizar frente a la Casa Blanca para el cumpleaños del Presidente Trump y el Día de la Bandera. También utilizamos el idioma directamente de la página "Acerca de nosotros" del sitio web para nuestra copia de AdWords.

June 14th is not just the birthday of the US President.
Not just a Flag Day.

On this day we officially starts our project "USA Really": the honest media about what is really happening around.
Our slogan is "USA as it is".

We invite all Americans - all who cares about the country - to celebrate this.
Come up to the White House on June 14th at 2:00 p.m. to congratulate America.

We're calling for every patriot!
Wake Up Americans!

Poster for the flashmob can be downloaded here



About us

Today, people of US do not receive objective and independent information about events occurring on the territory of America and around the world.

"The USA Really, Wake Up Americans" project is focused to promote crucial information and problems, which are hushed up by the conventional American media controlled by the establishment and oligarchy of the United States.

In post-truth situation and globalized communications it is important to recover quality journalism and feedback from citizens for real democratic process in US that suffers from political lobbies and old cliches from Cold War times.

Democracy and freedom of speech, pillars and honor of US being promoted for decades, now is under attack of politicians itself. To reverse the situation our media was established with idea of honest and unbiased showing what is really happening in the US.

We are looking for participants from every state with no matter of social status, political engagement and ideological preferences.

Our goal is to keep real democracy strong and to discuss current events that affects our everyday life

To become a citizen journalist contact work@usareally.com

Contacts
For press, advertising and other business questions, please contact - pr@usareally.com

Join us on Social Media

Izquierda: USAREally.com campaña "flashmob" [página](#) ; Derecha: USAREally.com "sobre nosotros" [página](#)

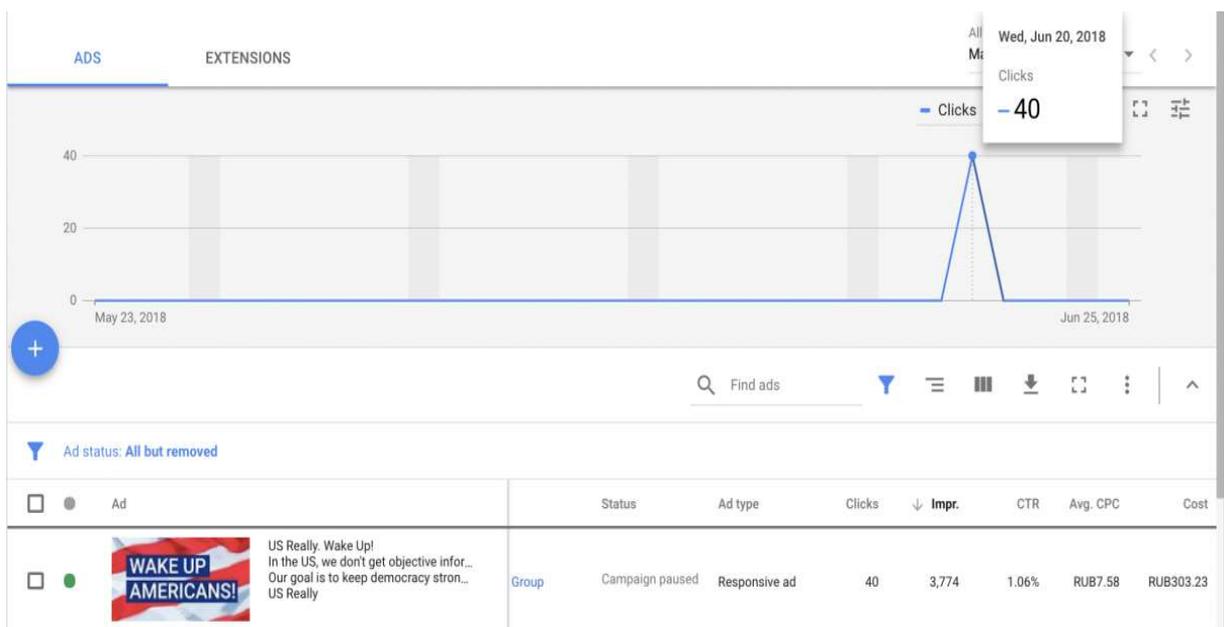


Segunda [campaña de prueba](#) de Google AdWords para USAReally.com

Al igual que con nuestra primera prueba de AdWords, elegimos información demográfica, de palabras clave y de audiencia específica para segmentar segmentos de audiencia en los EE. UU. En este caso, elegimos "América primero" y "patriota" entre otras categorías de focalización basadas en intereses.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	america first	US Really Ad Group
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	patriot	US Really Ad Group

Nuestro anuncio de prueba se envió el 19 de junio y se aprobó el 20 de junio, generando 3,774 impresiones y 40 clics a un costo total de 303 rublos (aproximadamente US \$ 4.79).



Nuestros anuncios aparecieron en sitios conservadores como *AnnCoulter.com* , así como en canales de YouTube para sitios liberales como *The Young Turks* y *Thom Hartmann* , entre otros. También apareció en sitios web de medios como *The Daily Beast* y *Britain's Daily Mail* .

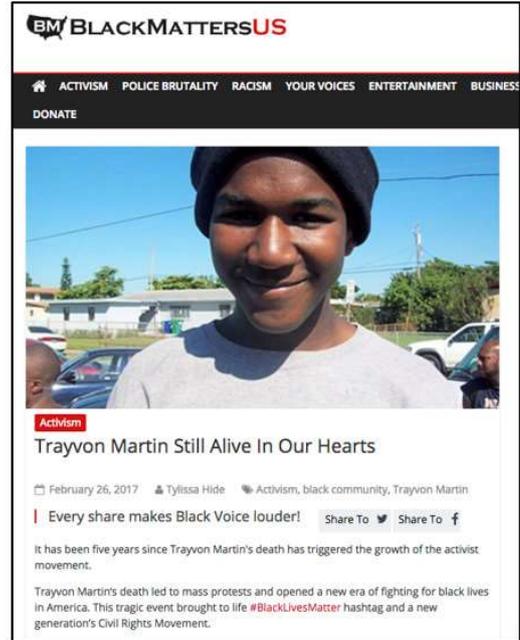
<input type="checkbox"/>	anncoulter.com	Site	US Really Ad Group	0	10
<input type="checkbox"/>	CBS This Morning	YouTube channel	US Really Ad Group	0	24
<input type="checkbox"/>	dailykos.com	Site	US Really Ad Group	0	15
<input type="checkbox"/>	dailymail.co.uk	Site	US Really Ad Group	0	7
<input type="checkbox"/>	The Young Turks	YouTube channel	US Really Ad Group	2	67
<input type="checkbox"/>	thedailybeast.com	Site	US Really Ad Group	0	7
<input type="checkbox"/>	thepoliticalinsider.com	Site	US Really Ad Group	0	10
<input type="checkbox"/>	Thom Hartmann Program	YouTube channel	US Really Ad Group	0	6

Sitios web seleccionados y canales de YouTube donde se publicaron los anuncios

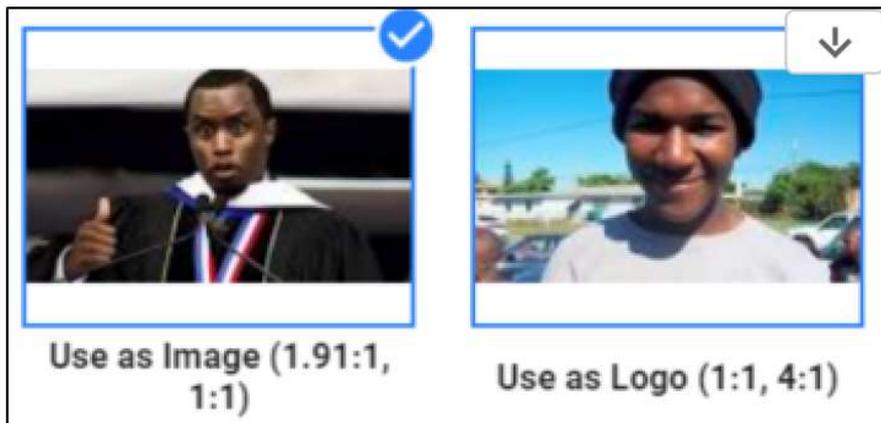
Para nuestra tercera campaña, nuestros anuncios dirigieron a los usuarios a otro sitio creado por la granja de trolls rusos en 2016, **BlackMattersUs.com**. Un artículo de noviembre de 2017 en [Slate](#) informó que el sitio fue diseñado para parecer un centro de activismo de justicia racial, pero que en realidad era la “creación” de la Agencia de Investigación de Internet “financiada por el Kremlin”.

Según una investigación realizada por el sitio independiente de noticias ruso RBC, el sitio sigue siendo uno de los [sitios web](#) y cuentas de redes sociales [más influyentes](#) administrado por el IRA. Y aunque Facebook ha prohibido BlackMattersUs, CfA no tuvo problemas para ejecutar una campaña publicitaria de Google que apunte a ese sitio web.

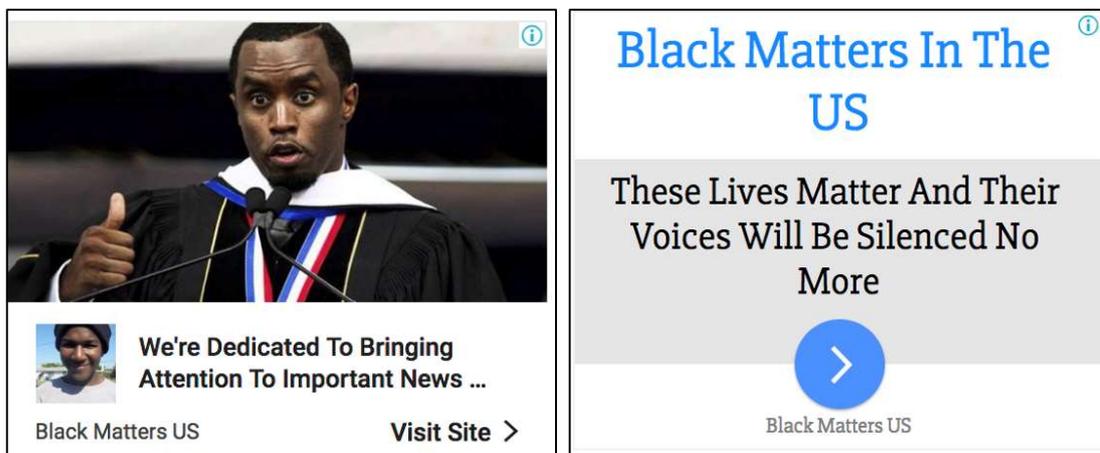
Al igual que con nuestras campañas anteriores, elegimos imágenes y copias de anuncios directamente desde el sitio web de BlackMattersUS.com. De hecho, Google nuevamente recomendó las imágenes, esta vez directamente desde el sitio web.



Imágenes del sitio original del troll ruso



Imágenes sugeridas por Google AdWords

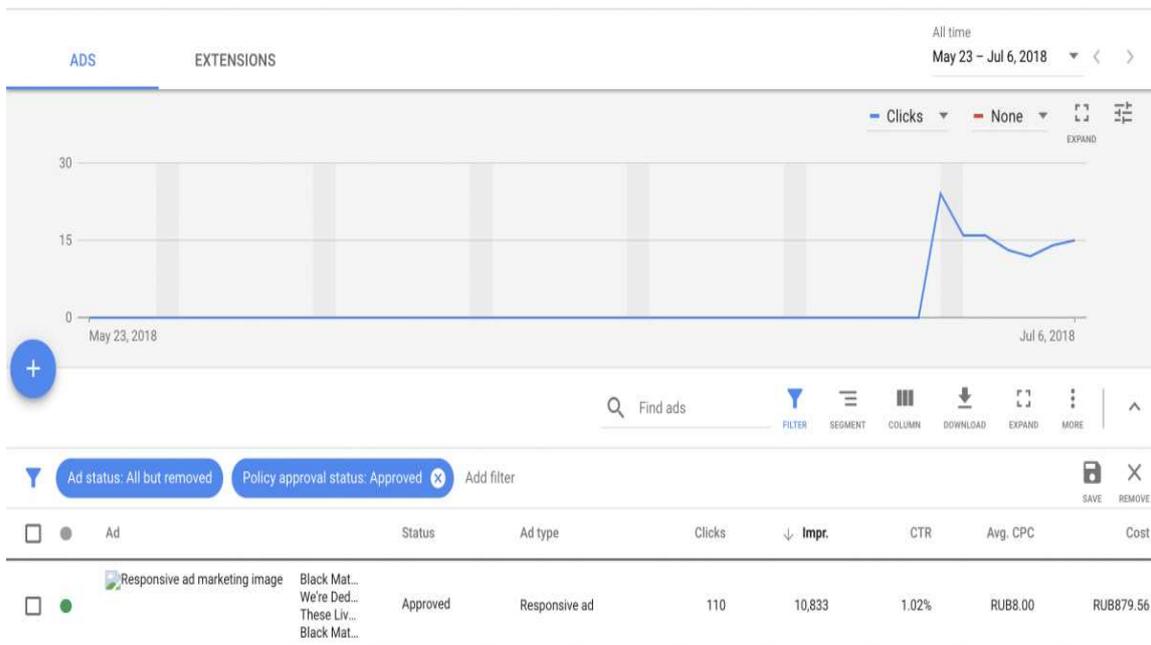


Anuncios finales que se publicaron en línea.

También elegimos palabras clave y datos demográficos específicos para nuestra orientación de anuncios.

Keyword status: All but removed			
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Keyword ↑	Campaign type
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Activism	Managed Display
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Brown Matters	Managed Display
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Know Your Rights	Managed Display
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Michael Brown	Managed Display

Nuestro anuncio se envió el 28 de junio y se aprobó el 30 de junio, generando inicialmente 10,833 impresiones y 110 clics a un costo total de 879 rublos (aproximadamente US \$ 14). Este anuncio se publicó un día adicional, generando 78 clics adicionales para un total de 188 clics y un costo total de 1487,50 rublos.



En total, nuestros evaluadores gastaron solo 2188 rublos (aproximadamente \$ 35), generando más de 20,000 impresiones y 284 clics precisamente en los tipos de anuncios que Google se ha comprometido a bloquear.

Campaigns

	Cost	Clicks	CTR
● Brown Blyat Matters Campaign	RUB1,487.50	188	0.99%
● Blyat Matters	RUB398.10	56	0.97%
● USA Really	RUB303.23	40	1.06%
● June 28 Campaign	RUB0.00	0	0.00%

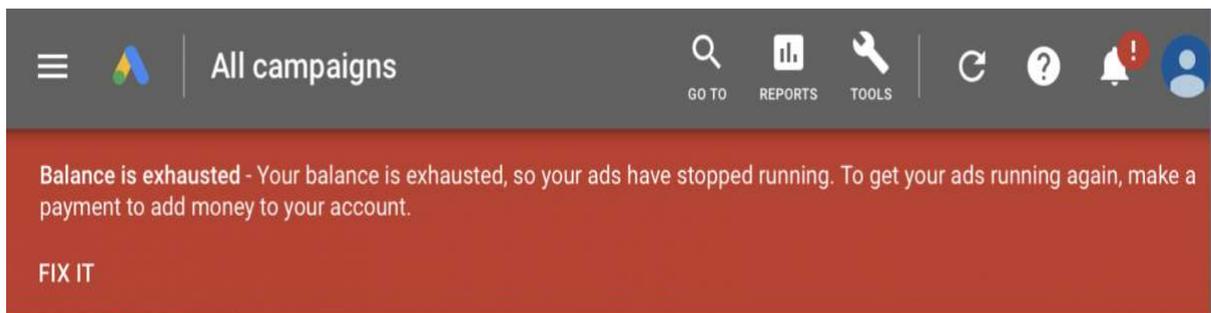
Nuestros evaluadores probaron una prueba final de dos anuncios políticos, uno dirigido a los demócratas y los otros republicanos, el 28 de junio. Google no aprobó esos anuncios, citando "tergiversación" (aunque no aparentemente por violar sus políticas publicitarias establecidas para [anuncios](#) políticos o [publicitarios](#) políticos). comprado por actores extranjeros.)

Ad status: All but removed ; Policy approval status: Disapproved				
<input type="checkbox"/>	●	Ad	Status	Ad type
<input type="checkbox"/>	●	 GOP Clown Ca... Why Is The GO... There Doesn't ... GOP Party Are...	Disapproved: Misrepresentatic	Responsive ad

-  **Misrepresentation**
-  **Other restricted businesses**
-  **Personalized advertising**
-  **Political content**
-  **Technical requirements**
-  **Trademarks**

Incluso después de que se rechazaran los anuncios políticos, nuestra cuenta de AdWords se mantuvo activa y en buen estado con Google.

Rusia cobra un Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 17% para todas las campañas de AdWords, por lo que al final de nuestras pruebas, agotamos nuestro saldo. ¡Google inmediatamente nos alentó a agregar dinero a nuestra cuenta para que podamos continuar publicitando!



ANEXOS

Queremos creer: Memorandum sobre el "hacking ruso" muestra las ilusiones de la inteligencia de EEUU

Nebojsa Malic

Un nuevo memorándum que contiene los puntos a discutir del gobierno de Obama sobre el "hacking ruso" en las elecciones de 2016 revela cómo las agencias de espionaje de Estados Unidos atribuyeron filtraciones de correo electrónico al Kremlin, alegando que es "consistente" con lo que creen que hace Rusia.

El documento de siete páginas estaba contenido dentro de las [49 páginas](#) publicadas el viernes por BuzzFeed, mismas que obtuvo a través de una investigación de la Ley de Libertad de Información (FOIA) de la Oficina del Director de Inteligencia Nacional (ODNI) a finales de octubre. A raíz de ello, varios demócratas firmaron una carta el 29 de noviembre en la Comisión de Inteligencia del Senado, en la que pedían al entonces presidente Barack Obama que desclasificara los documentos relativos a las "medidas activas rusas".

Traducción: La carta fue obtenida por Buzz Feed News y Ryan Shapiro, el director ejecutivo del grupo de transparencia Propiedad de la Gente, en respuesta a una demanda legal de la Ley de Libertad de la Información en contra de las agencias de inteligencia de EE.UU. No ha sido revelada con anterioridad.

@FOIAFeed: Buzzfeed: He aquí la carta desclasificada sobre los demócratas del Senado sobre Rusia, enviada a Obama después de que Trump fuera elegido.

La afirmación de que Rusia intervino directamente en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 -primero pirateando los correos electrónicos del Comité Nacional Demócrata y del presidente de la campaña de Hillary Clinton, John Podesta, y luego publicándolos a través de DCLeaks, WikiLeaks y el hacker conocido como "Guccifer 2.0"- fue todo un furor en Washington en ese momento, ya que los demócratas trataban de explicar el hecho de que Clinton acababa de perder ante Donald Trump.

Obama no desclasificó los documentos. En su lugar, aparentemente instruyó al director de Inteligencia Nacional, James Clapper, para que respondiera a los senadores. Moviéndose a la velocidad del gobierno, la ODNI respondió el 27 de enero -una semana después de la toma de posesión de Trump- diciendo que su investigación dio como resultado la publicación el 6 de enero de la evaluación de la comunidad de inteligencia (ICA) sobre las "actividades e intenciones rusas".

Esto terminó convirtiéndose en el infame informe que hizo todo tipo de afirmaciones y acusaciones sin ofrecer prueba alguna, y que incluía un anexo sobre la cadena RT que databa de 2012.

Comentario: [Popular programa de RT "Breakingthe Set" citado por el gobierno de EEUU como evidencia de "Rusia hackeando las elecciones de EEUU" - ¡El programa terminó hace 2 años!](#)

El memorándum de puntos de discusión enviado por la ODNI a los demócratas del Senado no ha sido publicado anteriormente. Al leerlo, uno se queda impresionado por el razonamiento circular de la "comunidad de inteligencia" de Estados Unidos, o mejor dicho, por el grupo de personas de la CIA, el FBI y la NSA que Clapper ha escogido cuidadosamente y a las que se les encargó realizar la evaluación.

La comunidad de inteligencia de EE.UU. está "segura" de que el gobierno ruso estaba detrás de las "revelaciones" de los correos electrónicos, porque su publicación es "coherente con los métodos y motivaciones de los esfuerzos dirigidos por Rusia", dicen los puntos de discusión. En otras palabras, esto encaja con lo que los espías estadounidenses creen que son objetivos rusos, ¡por lo que tuvo que ser el Kremlin el que lo hiciera!

"Creemos, basándonos en el alcance y la sensibilidad de estos esfuerzos, que sólo los altos funcionarios de Rusia podrían haber autorizado estas actividades", dice el memorando. Una vez más, la inferencia se basa en suposiciones, no en pruebas.

Culpar a Rusia por el hackeo del DNC y del Comité de Campaña del Congreso Democrático (DCC) se basó en "las pruebas forenses identificadas por una ciberempresa privada" -es decir, CrowdStrike, un contratista del DNC liderado por Dmitry Alperovich, miembro del Atlantic Council (Consejo Atlántico)- y en la "propia revisión y comprensión de las actividades cibernéticas por parte del gobierno ruso".

En términos sencillos, la evidencia que CrowdStrike le dio a la comunidad de inteligencia encaja con sus nociones preconcebidas sobre las operaciones cibernéticas rusas, lo cual suena bastante conveniente.

¿Recuerda las acusaciones de que varios sistemas electorales estatales también fueron "hackeados" por los rusos? Aquí tenemos a la ODNI, diciendo que "no están atribuyendo definitivamente las intrusiones en los sistemas electorales estatales al Gobierno ruso". Pero "el hecho de que sean consistentes con las motivaciones e intenciones rusas detrás de las intrusiones de la DNC y la DCCC, sugiere fuertemente que Rusia es responsable".

Respondiendo a su propia pregunta sobre si Rusia está intentando alterar el resultado de las elecciones, la ODNI dice: "El Kremlin probablemente espera que la publicidad en torno a las revelaciones plantee dudas sobre la integridad del proceso electoral y socave la legitimidad del Presidente electo".

En este punto, cualquier drama legal televisivo tendría a un encantador abogado gritando "¡Protesto, especulación!". Excepto que ese pasaje es también una profecía autocumplida. Sin embargo, no fueron las revelaciones de los correos electrónicos demócratas las que sembraron dudas sobre la legitimidad de las elecciones estadounidenses, sino la absurda teoría de la conspiración sobre la "colusión" de Trump con el Kremlin y el "hackeo ruso", que el memorándum de la ODNI revela que se basaba en nada más que en el hecho de que los espías querían creer que era cierto.

Comentario: Un punto muy importante el de este último párrafo. No fueron los correos electrónicos de la DNC, supuestamente hackeados y filtrados, los que "deslegitimaron" la presidencia de Trump; sino que es el establishment de Washington el que acusó a Rusia de piratear y filtrar los correos electrónicos, lo que llevó a la difamación de Trump como un "agente ruso". Lógicamente se puede asumir que, al afirmar que Rusia estaba detrás de los correos electrónicos filtrados, la INTENCIÓN del establishment de Washington era deslegitimar la presidencia de Trump.

Fábricas de mentiras de Occidente: "Grupos de Reflexión", entre los principales actores occidentales en la crisis de desinformación de medios

Bryan Mac Donald

La mayoría de los consumidores no están al tanto del pequeño y sucio secreto de los medios de comunicación. Los grupos de reflexión ("think tanks") se aprovechan cada vez más del hecho de que las agencias de noticias tienen presupuestos ajustados para influir en la agenda de la prensa a favor de sus patrocinadores.

Hace décadas, estos grupos generalmente funcionaban como asesores de políticas. Aunque algunos eran cómodamente listados como "residencias de ancianos" para distinguidos funcionarios públicos o intelectuales. Sin embargo, en los tiempos modernos se han vuelto indistinguibles de las empresas de cabildeo, con sus presupuestos a la altura.

En el tema de Rusia (y de toda Europa del Este), la influencia de los grupos de reflexión se está volviendo cada vez más peligrosa y maligna. Y está conduciendo a una crisis de los estándares periodísticos que nadie quiere reconocer.

Dos casos esta semana ponen de relieve el problema.

En este momento, Hungría y Ucrania se encuentran inmersas en un enfrentamiento en torno a los derechos de los húngaros étnicos en Ucrania. El desacuerdo es totalmente local, y tiene sus raíces en la división del territorio de Budapest en el siglo XX después de que se encontrara en el bando perdedor en ambas guerras mundiales. Como resultado, sus tierras fueron dadas a otras naciones: la antigua Checoslovaquia, Rumania, Yugoslavia y la Unión Soviética.

Existen tensiones de distintos grados entre Hungría y casi todos los Estados sucesores que albergan su diáspora perdida. Sobre todo desde que el nacionalista Viktor Orban comenzó a entregar pasaportes a compatriotas varados en suelo extranjero.

Hasta hace poco, la mayor parte de la atención se centraba en los desacuerdos con Eslovaquia, pero ahora la atención se ha vuelto hacia Ucrania.

Dejémoslo claro: esto es un desastre creado por Kiev. En un intento por apaciguar a los fundamentalistas "patrióticos", comenzó a tomar medidas en favor de leyes lingüísticas restrictivas, lo que ha enajenado especialmente al pequeño grupo de quienes hablan húngaro en su frontera occidental.

Como era de esperar, Budapest se apresuró a defender a su "pueblo", y ahora tenemos un pequeño y desagradable embrollo de cabezazos desde las trincheras de ambos lados.

Una cosa de la que no se trata es de Rusia. Pero los medios de comunicación occidentales, alentados por los "expertos" de los grupos de reflexión, siguen insistiendo sobre este punto. Y aquí tenemos un ejemplo de ello esta semana.

El [Los Angeles Times](#) envió un corresponsal a Uzhgorod, una ciudad fronteriza ucraniana. Y en lugar de limitarse a informar desde el terreno, el escritor invirtió gran parte de su artículo para

referirse a Rusia e insinuar que Orban está operando en estrecha adhesión a Moscú. Lo cual es risible para cualquiera que entienda los métodos políticos del Primer Ministro húngaro. Y apesta a desinformación.

¿Y a quién están utilizando para "respaldar" estas afirmaciones? Nada más que a un tal Peter Kreko, "director del Instituto de Capital Político, un grupo de reflexión de Budapest", que está preocupado por que las acciones de Orban, "ayuden a Rusia a obstaculizar la integración euroatlántica de Ucrania".

¿No es raro que un analista húngaro se preocupe por eso? Bueno, no lo sería si el LA Times fuera transparente y revelara la financiación de Kreko. He aquí quién financia el "Instituto Capital Político, un grupo de reflexión de Budapest":

- **Instituto de la Rusia Moderna** (un juguete del deshonrado ex oligarca de los 90 y oponente de Putin, Mikhail Khodorkovsky).
- **National Endowment For Democracy** (Fondo Nacional para la Democracia) (un medio neoconservador estadounidense dedicado al "*cambio de régimen*" y a promover una perspectiva pro-estadounidense en Europa del Este, cuya presidencia ha apodado a Ucrania "*el gran premio*").
- **Open Society** (Sociedad Abierta, de George Soros, quien no necesita presentación).

Y aquí tenemos a algunos de los "socios profesionales internacionales y nacionales más importantes" del Instituto Capital Político:

- **Atlantic Council** (Consejo Atlántico, ala de propaganda de la OTAN)
- **European Values** (Valores Europeos, un grupo de presión de Praga financiado por Soros, que calificó a cientos de figuras públicas europeas de "*idiotas útiles*" por aparecer en RT, Incluyendo a Jeremy Corbyn y a Stephen Fry).
- **German Marshall Fund de los Estados Unidos** (propietario del infame tablero de instrumentos "Hamilton 68")

Por lo tanto, las agendas en juego están bastante claras. Sin embargo, el LA Times mantiene a sus lectores en la ignorancia respecto a quienes le pagan a Kreko. Lo que es especialmente interesante cuando se ve que a RT casi siempre se le describe como "Russia Today, financiado por el Kremlin", o alguna versión de lo mismo, cuando los medios de comunicación occidentales se refieren al mismo. Y esto está bien, porque es cierto, pero cuando las mismas reglas no se aplican en todos los casos, el sesgo es obvio.

El segundo caso es cortesía de "el Times de Londres, controlado por Rupert Murdoch" (¿vio cómo lo puse allí?). Esta semana, alegó que sólo en Londres hay alrededor de 75.000 rusos que son informantes del Kremlin. Todo basado en una "investigación" de la Henry Jackson Society (HJS), un grupo de presión neoconservador que parece haber logrado establecer una toma de control a la inversa del una vez venerable periódico. Su principal escritor, por ejemplo, es uno de los signatarios fundadores de la [organización](#).

De todos modos, la HJS, aparentemente con base en sólo 16 entrevistas, y con fuentes anónimas, concluyó que "entre una cuarta parte y la mitad de los expatriados rusos son, o han sido, informantes". Y el *Times* lo divulgó a los cuatro vientos.

Sin embargo, "aclaró", con el comentario de un "disidente" anónimo, cómo, en realidad, "era casi la mitad". Así que sólo había alrededor de 32.500 "agentes" en Londres. Lo que, de ser cierto, significaría que las paredes de la Embajada Rusa tendrían que estar hechas de material elástico para albergar a la cantidad de operadores que se necesitan para vigilar sus fuentes de información.

Mire, no es un secreto que los estándares del *Times* son bajos. Después de todo, el principal columnista de asuntos exteriores, Edward Lucas, está literalmente financiado por los [fabricantes](#) de armas estadounidenses.

No, no es broma. Lucas trabaja como cabildero en CEPA, una organización con sede en Washington y Varsovia, que promueve la agenda de los fabricantes de armas en Europa Central y Oriental. A saber, Raytheon, Lockheed Martin, FireEye y Bell Helicopters, [entre otros](#).

Por supuesto, *The Times* no revela este conflicto de intereses a sus lectores. Es otro ejemplo de cómo los grupos de reflexión manipulan a los medios de comunicación estos días.