

Buenos Aires, 30 de julio de 2020

2020 – “Año del General Manuel Belgrano”

## Informe Trolling

### Hechos

Se labra el presente informe de oficio a partir de la información relevada por nuestro Observatorio, en coordinación con el Área de Investigaciones, sobre un fenómeno social presentado con reiteración ante nuestra plataforma web y contrastado con igual trascendencia en las redes sociales, conocido internacionalmente como *trolling*.

### Marco de intervención

Producto de un balance necesario de la historia contemporánea y a los fines prácticos de aportar elementos para el análisis del mencionado fenómeno social, lo que representa en general y en este contexto en particular, se procede a elaborar el presente informe en virtud de las expresiones violatorias a la Ley N° 23.592 sobre Actos Discriminatorios, el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, sobre Libertad de Pensamiento y Expresión, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, la Declaración Universal de Derechos Humanos y concordantes, en pos de promover desde el INADI un ámbito de internet libre de cualquier tipo de manifestación discriminatoria que afecte a los derechos de grupos, comunidades o personas.

### Consideraciones

La definición de *troll* proviene del inglés, del verbo *troll*, que describe una técnica de pesca consistente en arrastrar lentamente un anzuelo desde una plataforma en movimiento. Durante las últimas tres décadas, junto con la globalización y el crecimiento exponencial de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a nivel técnico y social, comenzó a utilizarse el sustantivo troll para calificar, por extensión, a quienes actúan a través de estos canales con una práctica homóloga a modo de provocación. La coincidencia terminológica con la figura de la mitología nórdica antigua y sus características le ha otorgado una connotación igualmente peyorativa.

El *troll* del siglo XXI vive en comunidad (redes sociales, blogs, chats, foros, etc.) al igual que los de la mitología, aunque de una forma muy distinta, marcada por la distancia social y, a su vez, la cercanía digital que proporciona el mundo de las TIC. La condición de posibilidad de este marco también permite su desarrollo, la existencia de “presas” objeto de ser colocadas en “anzuelos”, que potencialmente pueden ser afectadas por estos usuarios, pública o virtualmente, por el solo hecho de ser parte de esta comunidad.

Según el artículo “No alimentes al ‘Troll’: Lo único que quiere es entretenerse” (2015), la Universidad de Lancaster definió al troll como “*alguien que aparenta un deseo sincero de formar parte de una comunidad, pero cuya intención real es irrumpir en la conversación o conseguir exacerbar un conflicto, con el único propósito de entretenerse*”. Esta definición parte del verbo *trollear*, que es utilizado en diversas plataformas como sinónimo de ‘molestar’ o ‘jugarle una broma a una persona’ por *gamers, influencers* y *usuarios/as*.

En la cultura popular de nuestro país, el *trolling* está emparentado con la acción de grupos organizados en redes sociales con el objetivo de generar distracción en temas de agenda por medio de insultos, bromas y *fake news*, tomando a instituciones o sujetos como blanco de desacreditación y desprestigio de forma masiva. Si bien el uso de esta terminología no deja de ser subjetiva, situaremos nuestro análisis en este tipo de práctica en particular denominada por el Oxford Internet Institute (Bradshaw & Howard, 2017) como *cibertropas*, categoría que entendemos resulta más precisa para describir el objeto de estudio.

Hablamos de *cibertropas* cuando se detecta la existencia de grupos –que pueden ser rentados o no–, cuyo objetivo es generar acciones con el fin de producir algún efecto en la opinión pública, en la circulación de la información o en la puntualización de opiniones. Estos grupos funcionan de forma celular y no necesariamente tienen contacto unos con otros. Sin embargo, demuestran actividad coordinada y una agenda temática común (Amnistía Internacional, 2018). Su metodología se basa en identificar un objetivo, sea particular o general, hacia el cual dirigir una intervención estructurada a modo de “ataque serial”, mediante una actividad que puede ser ejecutada por un determinado número de cuentas anónimas, bots (robots) y perfiles que se activan de manera tanto voluntaria e individual como automatizada a través de sistemas de software o algoritmos. Los ataques se producen en escala según las características

propias de cada plataforma: en el correo electrónico, por medio de cadenas; en las bases de datos, con la actualización sistematizada de la información; en los sitios web, foros y blogs, mediante la propagación orientada de comentarios y posteos; y en las redes sociales, a través de la medición de tendencias y hashtags en tiempo real. El espacio donde proliferan estas acciones con mayor claridad es en la red social Twitter.

Se trata de minorías de alta intensidad que logran una gran difusión por parte de otras cuentas que coinciden con su orientación y replican las agresiones de las que participan hacia perspectivas diferentes a la suya. Así, el *troll* pocas veces sostiene una cadena de forma aislada; por lo general, emite su opinión descalificadora, en forma de broma o agravios, o por medio de una imagen (meme). Los otros *trolls* que conforman la cibertropa, o los usuarios que logran arrastrar con su orientación, se encargan de la tarea de completar la cadena de odio. El rol de *influencers* es clave en este sentido, ya que son aquellas cuentas que tienen una jerarquía diferencial en sus intervenciones –según la atención que reciben y el efecto que producen– las que más interacciones generan y guían la actividad de las comunidades que forman. Las acciones de cibertropas son más efectivas, en consecuencia, si cuentan con este tipo de roles para su ejecución.

La frecuencia de las intervenciones e interacciones es el eje que evidencia más claramente el funcionamiento y su coordinación, que no necesariamente es centralizada, sino temática y temporal, mediada por cuentas que pueden pertenecer a diversas agrupaciones o conjuntos celulares de cibertropas. La actividad sostenida durante horas es una característica singular de su accionar. También la relación de las cuentas que originan los contenidos entre la cantidad de sus publicaciones con su antigüedad, su cantidad de seguidores, y el sostenimiento de una automatización algorítmica que opera permanentemente sobre perfiles y usuarios.

Al decir de Marwick y Lewis (2017), la cultura del *trolling* tiene raíces que se hunden en la historia de internet. A lo largo de los años fue evolucionando y hoy entronca con una tradición del rechazo al discurso “políticamente correcto”, que es característico de la *alternative right* (más comúnmente conocida como *alt-right*): tácticas de *trolling* que implican el desarrollo de grupos de usuarios que buscan difundir una posición o atacar a otro grupo; y posiciones de derecha que condenan el progresismo. En particular, el movimiento alt-right<sup>1</sup> (Gobbi, s.f.) se enfoca en el feminismo como el

---

<sup>1</sup> La alt-right, abreviatura de alternative right, es un movimiento de extrema derecha poco

principal objetivo de sus ataques (Lyons, 2017).

La campaña presidencial que derivó en el triunfo de Donald Trump en Estados Unidos marca un punto de quiebre para la relación entre periodismo y política. A sabiendas de que buena parte del electorado se informa a través de las redes sociales como Facebook o Twitter, aquella campaña combinó las publicaciones en los medios con una estrategia de difusión de esos artículos en redes sociales; una base de militantes partidarios más la compra de espacios publicitarios para ampliar la audiencia; artículos pro-Trump en contraste con una gran selección de artículos anti-Hillary, y la proliferación de una gran cantidad de *fake news* creadas por medios partidarios de la alt-right que finalmente tuvieron mucho más efecto de credibilidad que las publicaciones de medios periodísticos formales (Craig, 2016). Hubo muchas críticas contra Facebook por lo poco que hizo para intentar evitar la difusión de estas noticias falsas –es preciso recordar que la empresa se benefició de cualquier inversión publicitaria hecha para tales fines–. Los algoritmos de Facebook, en este sentido, permiten crear campañas publicitarias muy segmentadas que apuntan a públicos específicos con un presupuesto acotado.

Twitter también tuvo su relevancia por su propio peso específico en términos de capacidad de influencia, y en particular por ser el espacio preferido de Trump para publicar sus opiniones. Por ejemplo, el 20 % de las publicaciones hechas durante los debates presidenciales fueron hechas por bots, que representaban un 0,5 % de los usuarios (Kollanyi, Howard, & Woolley, 2016). Y es que Twitter es protagonista a la hora de involucrar a la audiencia en tiempo real. Su estructura, orientada hacia la publicación de manera pública, facilita mucho la distribución de la información, pero hace a sus usuarios blancos fáciles de los ataques de grupos coordinados de *trolls* y cibertropas. Si bien la red social ha comenzado a tomar medidas más severas en cuanto a las políticas de uso en sus plataformas, no resultan efectivas dado que su aplicación es discrecional y con un criterio propio de la administración.

En definitiva, el *trolling* resulta una forma específica de hacer política, producir y disputar contenido cultural en el espacio de internet y las TIC en general

---

organizado que enfatiza el activismo en internet, es hostil tanto al liberalismo multicultural como al conservadurismo convencional, y ha tenido una relación simbiótica con la campaña presidencial de Donald Trump. La alt-right reúne diferentes ramas del nacionalismo blanco, incluidos racistas “científicos”, secciones del movimiento neonazi y partidarios de la ideología de la nueva derecha europea.

a pequeña o gran escala. Tanto es así que algunos de sus posibles efectos pueden redundar en la orientación del resultado de una elección presidencial.

## Ejemplos

Uno de los ejes principales que marcó la última campaña presidencial en Estados Unidos fue el uso de las redes sociales para manipular las opiniones del electorado con el fin de interferir en los resultados. El escándalo de Cambridge Analytica en Facebook es elocuente al respecto: la consultora fue acusada de haber obtenido información de millones de usuarios sin permiso, violando las políticas de uso de la red social; con esos datos habría generado anuncios dirigidos a favorecer la campaña presidencial de Trump, así como todo el proceso de salida del Reino Unido como Estado de la Unión Europea, proceso conocido como *Brexit*. La situación tomó estado público luego de que *The New York Times* y *The Guardian* publicaran las revelaciones de Christopher Wylie, ex empleado de Cambridge Analytica, sobre el uso de datos de perfiles de Facebook para generar anuncios personalizados con fines políticos. A raíz de ello, la red social llevó adelante una exhaustiva investigación y en octubre de 2018 presentó un informe en el que blanquearon todas las cuentas que se utilizaron y cómo actuaron en la campaña presidencial dirigida a votantes estadounidenses: más de diez millones de tweets, dos millones de imágenes, GIF, videos y transmisiones de Periscope estuvieron vinculadas a esta campaña. Había ciento veintitrés cuentas principales, con al menos diez mil seguidores, que se hacían pasar por medios de noticias o partidos políticos. Esos perfiles se dedicaban principalmente a publicar *tweets* y las otras 3.713 cuentas señaladas eran auxiliares que se dedicaban a *retweetear* mensajes de esas cuentas principales (Jaimovich, 2019).

### **We find your voters and move them to action.**

CA Political has redefined the relationship between data and campaigns. By knowing your electorate better, you can achieve greater influence while lowering overall costs.

**"There are no longer any experts except Cambridge Analytica."**

- Frank Luntz, Political Pollster

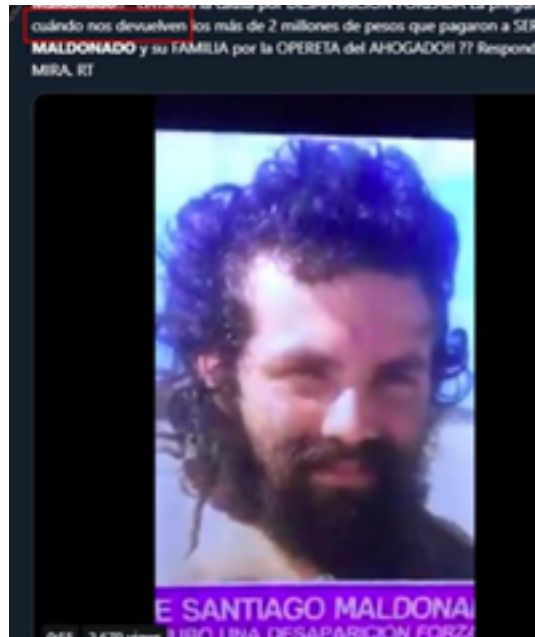


En Brasil fue tan escandalosa la sucesión de noticias falsas y ataques a los candidatos originada hace dos años en la campaña para las elecciones presidenciales de 2018 que el Congreso Nacional abrió una Comisión Parlamentaria de Investigación y el Tribunal Supremo Federal abrió un proceso por amenazas al Poder Judicial. Ambos sumarios apuntaron al denominado “gabinete del odio”, entramado de webs y perfiles de redes sociales que sirvieron como herramienta clave para el triunfo del actual presidente, Jair Bolsonaro. Las artimañas siguen hasta ahora vigentes (Cayeron los trolls, 2020).



A partir de una lista elaborada por el especialista Luciano Gallup (2019), se pudo reconstruir cómo operaron las cuentas falsas de Twitter alrededor del caso por desaparición forzada de Santiago Maldonado y los ataques recibidos por su familia. En dos horas, veinte cuentas ejecutaron 837 tweets con información falsa y una acusación artera. El ataque recién se detuvo cuando la familia Maldonado difundió en un comunicado la verdad, pero la operación quedó expuesta.





Durante el mes de abril 2020, #OfeliaHomofóbica fue tendencia en Twitter debido a la gran cantidad de usuarios que decidieron hacer un planteo sobre una serie de publicaciones que la legisladora porteña, Ofelia Fernández, hizo en el año 2010. En los posteos, Ofelia utilizaba la palabra “puto” para demostrar su bronca ante distintas situaciones. En ese momento, la referente del feminismo tenía tan solo diez años. El trabajo de los trolls no terminó ahí, sino que también se dedicaron a editar publicaciones de la





legisladora para que se pensara que, en el año 2010, criticaba al kirchnerismo. Bajo el *hashtag* #FelizCumpleHomofóbica, la legisladora del Frente de Todos por la Ciudad de Buenos Aires recibió todo tipo de comentarios en los que claramente no se la buscó saludar



por su vigésimo aniversario.







**Tomás Civetta**  
@TomasCivetta



**#FelizCumpleHomofobica**  
@OfeFernandez\_ que todos tus deseos se cumplan y entre ellos poder aprobar las dos materias de secundario que te quedan. Que está nueva vuelta al sol te traiga más empatía y menos odio a los homosexuales.

8:55 AM · Apr 14, 2020 (i)

---

♡ 108
💬 27 people are Tweeting...



**ELCAZITA** @KevFmoio · 14 abr. ⌵

este hashtag me hizo amar mas a mi Pais ❤️

·

·

**#FelizCumpleHomofobica**



💬 1
↻ 21
♡ 176
📤

Podemos observar el caso de Luciana Salazar cuando realizó declaraciones en torno a temáticas políticas y desató una “guerra de *trolls*”.







**INFINITUM**  
@athila010



Luciana Salazar será la próxima Ministra de Relaciones Sexuales y Fiestas, de Alberto Fernández, encargada de llevarle la agenda de partuzas con Trolas y LGBTI al Sr. Presidente y sus ministros de la Cámpora. Las q luego por supuesto serán empleades públicas de planta permanente.

3:38 PM · Sep 16, 2019



1



See INFINITUM's other Tw...



**Cristi**  
@cristidelcampo



En respuesta a [@lulipop07](#)

Ay querida ,si me decís TROLL me habilitas a que te diga TROLLA

9:17 a. m. · 7 abr. 2020 · [Twitter for Android](#)

2 Me gusta

A principios de este año, recibimos una presentación en nuestra plataforma web de la artista plástica Maia Debowicz. En ella detalla, entre otras cosas:

El 24 de diciembre de 2019 recibí un comentario extraño en un posteo de Facebook. Mi apellido encerrado con un triple paréntesis: (((Debowicz))). Acompañado de una imagen: el estereotipo racista de un judío avaro, esta vez con los agregados de labios pintados de rojo, uñas rosas, piercings en el rostro, un tatuaje feminista y un brazalete con la bandera LGBTIQ en el hombro. (Debowicz, 2020)

La clave estaba en ese triple paréntesis: ¿de dónde surge? En 2014, un podcast estadounidense de ultraderecha llamado *The Daily Shoah* jugaban a pronunciar apellidos judíos agregando un efecto de eco. Fue a partir de ese entretenimiento siniestro de supremacistas blancos que nació el uso del triple paréntesis para que el símbolo, por un lado, marque a cada judío/a para potenciar las agresiones y, por el otro, funcione como motor de búsqueda. Un descubrimiento de la web estadounidense Mic (mic.com) explicaba como el símbolo ((( ))) encerrando cualquier nombre servía, valiéndose de una extensión creada y subida por una empresa de la derecha conservadora llamada *Alt-Right Media*, para actualizar una base de datos con personas a quienes acosar. Mayormente judíos/as, pero pronto ampliándose a cualquiera que consideren como contrarios de los valores de la Norteamérica más reaccionaria. Descubierta el código persecutorio, que abarcaba desde celebridades, empresas, artistas, periodistas y políticos/as, Google Chrome dio de baja esa extensión, entendiendo que su uso iba en contra de su reglamento acerca de la promoción del odio y la incitación a la violencia.



Three screenshots of WhatsApp messages showing various forms of hate speech and discrimination. The messages are from a contact named 'Maia Debowicz'.

**Screenshot 1 (Left):**

- Message from **Marco Palma**: Includes a red square with a black swastika.
- Message from **Stalin Navarra**: "recien veo su dibujo y le sugiero irse a estudiar arte y dibujo ,son muy chatos y feos de gracia ,el espacio muy sobrecargado ...hasta un nene de jardín de infantes podria hacer estos dibujos ,no contiene mensaje y si intenta ser una parodia ,realmente esta muy mal hecho del dibujo ,son de..."

**Screenshot 2 (Middle):**

- Message from **Stalin Navarra**: "ojala que stalin resucite y te ponga a cavar zanjas en un gulag de siberia ..."
- Message from **Stalin Navarra**: "pero no soy rencoroso te mando un stalin del amor ..."
- Image: A GIF of Joseph Stalin in a military uniform with the text "Off to gulag now".

**Screenshot 3 (Right):**

- Message from **Schwarze Sonne**: "Zurda sucia, degenerada de mierda"
- Message from **Schwarze Sonne**: "(((Debowicz)))"
- Image: A caricature of a man with a rainbow flag on his shoulder.
- Message from **Stalin Navarra**: "tal cual ...terrorismo a sueldo ..."
- Message from **Natalia Soledad Altamira Whitechurch**: "Se hace la víctima, se le juega de mártir, y es solo una falta de neuronas que busca ridiculizar nuestros procesos e instituciones para tener un..."

**Screenshot 4 (Bottom Left):**

- Message from **Alejandro Madrid**: "Los enfermos deben ser ayudados y curados. Es antinatural y promueve la destrucción de la familia y de la especie. La decadencia cultural promovida por la cultura judía es tal que pronto el arte dejara de tener un sentido metafísico espiritual para pasar a ser un producto mas de comercialización."
- Message from **Fer Flipponi**: "Impresentable"
- Message from **Carlos Figueroa**: "Un raticida x acá!!! Gracias."
- Message from **Fran Caponegim**: "Juden!!!"

**Screenshot 5 (Bottom Middle):**

- Message from **Yael Juarez**: "Un obsequio que te hice. Espero no te moleste apestocilla"
- Image: A drawing of a woman's face.
- Message from **Alejandro Madrid**: "Los enfermos deben ser ayudados y curados. Es antinatural y promueve la destrucción de la familia y de la..."

**Screenshot 6 (Bottom Right):**

- Message from **Lu Martinez**: "Judía asquerosa, pronto vos y todo tu pueblo va a pagar todo el cáncer que propagan, Juden Raus!!!"
- Image: A cartoon of a man with a Star of David on his shirt holding a globe, with a speech bubble saying "DRINK IT ALL ITS GOOD FOR YOU".
- Message from **Pingucho Aicanfor**: "Barrita de jabón sin espuma ,cerda olorosa ,jat"

El 16 de julio, cuando la Legislatura porteña promulgó la adhesión de la Ciudad de Buenos Aires al Protocolo Nacional de Interrupción Legal del Embarazo, surgieron cataratas de tweets instalando los hashtags #LarretaVetáElAborto; #LarretaVetaElAborto; #VETOalProtocolo; #larretavetaaborto; algunas de estas cuentas no corresponden al perfil público de un usuario, sino que están destinadas a transformar en tendencia todo los *hashtags* a favor de movimientos “provida”, y en contra de pronunciamientos a favor del feminismo y de los colectivos LGBBTIQ+.



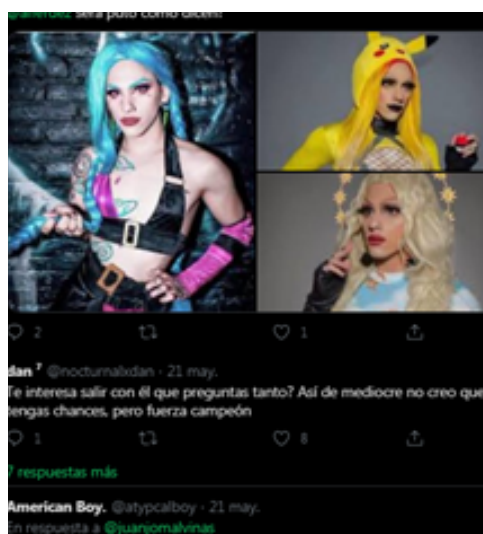


Asimismo, se vieron ataques a cuentas de legisladores porteños luego de que se promulgará la adhesión al mismo protocolo. Nuevamente, el blanco de todos los *trolls* fue la legisladora Ofelia Fernández, por su condición de mujer, y en menor medida, el legislador Leandro Halperín.





Además, recibimos capturas de pantalla sobre actividad de *trolls* y *bots*, enviadas en forma de presentaciones ciudadanas enviadas al mail del observatoriointernet@inadi.gob.ar que fueron adjuntadas en este informe.



## Conclusiones

Como hemos intentado demostrar, el *trolling* es uno de los fenómenos del siglo XXI con mayor incidencia en la realidad –desde lo digital hacia lo material–, en un ámbito que constantemente está en crecimiento y transformación, como son las redes sociales y las plataformas virtuales que se destacan en la actualidad, en el marco de las TIC. Desde este Observatorio nos propusimos realizar un análisis al respecto, a propósito de la repetición cada vez más abundante de sus características y sus repercusiones concretas, a fin de dar cuenta como estas cibertropas resultan herramientas efectivas para la construcción de sentido común dentro de la sociedad.

En este sentido, el *trolling* forma parte activa y protagónica de la disputa de contenido que se da permanentemente en el terreno de lo simbólico y la formación cultural de nuestras sociedades. Sus prácticas, demostradas a lo largo de este trabajo, se orientan hacia el fortalecimiento de una cultura del odio, que en principio no parece tener límites en materia de desarrollo e incidencia, ni tampoco respeto alguno por la historia y sus conquistas en lo que respecta a los derechos humanos. Así como este, hay otros fenómenos que forman parte de la misma problemática, que desarrollaremos en adelante, bajo la figura de los *haters* (odiadores) y la proliferación de las múltiples formas de discurso de odio.

Entendemos que caminos como el que eligió tomar el presente trabajo son un punto de partida para empezar a combatir estos fenómenos que ya no asoman como tal, sino que forman parte de una nueva cotidianeidad que amenaza con avanzar sobre las libertades democráticas que indudablemente debemos defender.

## Recomendaciones

Las herramientas proporcionadas por las mismas redes sociales nos permiten tomar algunas medidas básicas contra ataques de *trolling*, aunque sea de forma individual e incipiente. Entre ellas están: denunciar estas acciones las veces que sea necesario ante las políticas de uso de cada plataforma, bloquear a estos usuarios e ignorarlos –jamás alimente los *trolls*–; lo importante es cortar una cadena de mensajes, que satisfagan a estos mismos y a los *haters*. La circulación de *fake news* es parte del modus operandi: en caso de que veas la expansión de información, vía redes sociales, de dudosa procedencia, chequeala en portales oficiales o con fuentes directas

comprobables.

Al mismo tiempo, retomamos las propuestas que aporta el estudio realizado por Amnistía Internacional Argentina (Amnistía Internacional, 2018).

- Las redes sociales se han convertido en espacios de sociabilidad y en importantes vehículos para el debate público, de manera que tienen hoy un rol fundamental en el fortalecimiento de las prácticas democráticas y el respeto por los derechos humanos. Debido a esto las empresas que llevan adelante esas plataformas no pueden ser evaluadas solo en términos comerciales, sino también en función de cómo protegen la libertad de expresión, los intentos de manipulación de la opinión pública y los discursos de odio
- Las empresas de redes sociales digitales deberían fortalecer y simplificar las herramientas de denuncia, dar respuesta a denuncias de los/las usuarios/as frente a comportamientos abusivos y generar normas de uso claras y transparentes con la participación de las comunidades de usuarios/as. Estas son algunas de las acciones necesarias para evitar las estrategias de manipulación o de cercenamiento de derechos vía ataques de cibertropas.
- Para las empresas responsables de las redes sociales digitales es posible y para la sociedad es necesario identificar el uso de bots para campañas de difamación automatizadas que distorsionan el debate público.
- El Estado y las empresas involucradas deben crear y/o fortalecer mecanismos claros y objetivos (es decir, no fundados en valoraciones subjetivas o ideológicas) para la detección, la comunicación y el bloqueo de actividades de bots y cuentas automatizadas que se utilizan para manipular la opinión pública y difundir discursos de odio, simulando un debate orgánico.
- El Estado tiene la responsabilidad de proteger el debate y la crítica y, en consecuencia, desarrollar mecanismos respetuosos de las garantías constitucionales para identificar campañas de desinformación y propaganda orientadas “a dañar la reputación, a instigar la violencia, la discriminación o la hostilidad hacia grupos identificables de la sociedad” –como manifestaron en 2017 en su Declaración Conjunta sobre Fake News los Relatores de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas (ONU), de la

Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la OEA y de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP) – en particular, cuando detecta el accionar de cibertropas organizadas.

## Referencias

- Amnistía Internacional. (2018). *El debate público limitado: Trolling y agresiones a la libre expresión de periodistas y defensores de DDHH en Twitter Argentina*. Autor.
- Kollanyi, B., Howard, P. N., & Woolley, S. C. (2016, 17 de noviembre). Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election. *Oxford Internet Institute*. Recuperado de <http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf>
- Bradshaw, S. & Howard, P. H. (2017). *Troops Trolls and Troublemakers*. Oxford: Oxford University.
- Cayeron los trolls de Bolsonaro. (2020, 11 de julio). *El diario de Córdoba*. Recuperado de <https://www.eldiariocba.com.ar/exteriores/2020/7/11/cayeron-los-trolls-de-bolsonaro-24417.html>
- Comisión Internacional de Derechos Humanos. (2020). Artículo 13 - *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. Washington: Organización de los Estados Americanos.
- Craig, S. (2016, 16 de noviembre). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News on Facebook. *Buzzfeednews*. Recuperado de <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Debowicz, M. (3 de abril, 2020). (((Echo))) el símbolo nazi para marcar judíxs, gays y feministas en redes. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/256555-echo-el-simbolo-nazi-para-marcar-judixs-gays-y-feministas-en>
- Gallup, L. (2019, 15 de julio). Ataques en redes sociales. *La Vaca*. Recuperado de: <https://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2019/07/Informe-Ataque-redes-sociales.pdf>

Gobbi, J. (s.f.). *Información digital y las nuevas formas de construcción de la agenda de noticias*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

Jaimovich, D. (2019, 4 de agosto). Cómo operan los bots y los ejércitos de trolls en Twitter durante las campañas electorales. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/tecno/2019/08/04/como-operan-los-bots-y-los-ejercitos-de-trolls-en-twitter-durante-las-campanas-electorales/>

Marwick, A. & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society. Recuperado de [https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety\\_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf](https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf)

No alimentos al “Troll”: Lo único que quiere es entretenerse. (2015, 26 de julio). *La Información*. Recuperado de [https://www.lainformacion.com/tecnologia/no-alimentos-al-troll-lo-unico-que-quiere-es-entretenerse\\_ulD1UVJhrhGrkF6gqFOXJ1/#:~:text=El%20departamento%20ling%C3%BC%C3%ADstico%20de%20la,e%20%C3%BAnico%20prop%C3%B3sito%20de%20entretenerse.](https://www.lainformacion.com/tecnologia/no-alimentos-al-troll-lo-unico-que-quiere-es-entretenerse_ulD1UVJhrhGrkF6gqFOXJ1/#:~:text=El%20departamento%20ling%C3%BC%C3%ADstico%20de%20la,e%20%C3%BAnico%20prop%C3%B3sito%20de%20entretenerse.)

Resolución 2200 A (XXI) de la Asamblea General “Pacto internacional de derechos civiles y políticos”, A/RES/2200A(XXI) (16 de noviembre de 1966), disponible en: <http://www.derechos.org/nizkor/ley/pdcp.html>



























