



XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)

La Comunicación como Bien Público Global:

Nuevos lenguajes críticos y debates hacia el porvenir

Buenos Aires, Argentina, 26 al 30 de septiembre de 2022

Organizan

- ❖ Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).
- ❖ Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS).

Ponencia presentada al GT 16 – Estudios de periodismo

El trol, la prensa y el discurso público

The troll, the press and public discourse

Jorge Zeledón Pérez ¹

¹ Jorge Zeledón Pérez. Universidad de Costa Rica, M. Sc., Costa Rica, jorge.zeledonperez@ucr.ac.cr.



Resumen: En la presente ponencia se explora la transformación en los comportamientos del trol en línea, su relación con la prensa y su incidencia en la configuración del discurso público em Costa Rica. Propone explorar la figura del trol en relación con la práctica periodística de los seis medios de prensa (televisivos, radiofónicos y escritos) más populares de Costa Rica. Concluye con una reflexión acerca del papel normativo del trol, de su relación con la desinformación y con las plataformas de redes sociales, así como de su relación con la vida democrática.

Palabras Clave: Discurso público, prensa, trol.

Abstract: This paper explores the transformation in online troll behavior, its relationship with the press and its impact on the configuration of public discourse in Costa Rica. It proposes to explore the figure of the troll in relation to the journalistic practice of the six most popular press media (television, radio and print) in Costa Rica. It concludes with a reflection on the normative role of the troll, its relationship with disinformation and social media platforms, as well as its role with democratic life.

Key words: Public discourse, press, troll.

El trol, aquella persona usuaria cuyos comportamientos y discursos se constituyen desde el antagonismo y la confrontación en espacios de comunicación en línea, se ha constituido, con el tiempo, en una figura emblemática en la construcción del discurso público. El trol surge siempre que se conjure; sin una voz que lo invoque, le es difícil ejercer su función. Para que el trol llegue a existir, depende de un conjunto particular de comportamientos que son reconocidos y legitimados por un colectivo al desafiar sus normas y valores. Su existencia puede emanar de una satisfacción eminentemente personal o puede ser motivada por otros agentes como una estrategia de afirmación de poder. El trol también se



puede entender como una metáfora que nos permite analizar las interacciones mediadas y la construcción del discurso público.

En la presente ponencia se explora la transformación en los comportamientos del trol en línea, su relación con la prensa y su incidencia en la configuración del discurso público. Propone observar la evolución de esa figura antagonista desde cuatro metáforas que coexisten para representar, por una parte, la amplitud de su ámbito de acción en espacios mediados y, por otra, un desplazamiento desde identidades grupales o comunitarias hacia identidades políticas e ideológicas. Con el fin de situar el fenómeno a nivel costarricense, se analizan las miradas de periodistas y editores de medios de prensa de ese país. Se concluye con una reflexión acerca del papel normativo del trol, de su relación con la desinformación y con las plataformas de redes sociales, así como de su relación con la vida democrática.

Si bien existen múltiples formas de categorizar al trol y sus comportamientos (Hardaker, 2013; Buckels et al., 2014; Bishop, 2014; Cook et al, 2017; Parson, 2019), las autoras Sanfilippo, Yang y Fichman (2017) describen al trol desde dos dimensiones, la dimensión social y la dimensión política. El trol social es aquel que busca generar sentido de pertenencia o mejorar su autoestima, o aquel que discute los límites y las fronteras de lo que es permitido o no en un grupo o una comunidad en línea. El trol político es comprendido como personas usuarias que “expresan opiniones motivadas por factores políticos o ideológicos” (1808) y los sitúa en un rango de prácticas que van, desde la provocación político partidista para generar discusiones con oponentes ideológicos en foros de discusión, sistemas de comentarios y plataformas de redes sociales, hasta esfuerzos coordinados para enviar spam o generar manifestaciones cívicas en línea. Buena parte de



esas prácticas se sustentan en discursos de oposición relacionados con temas sensibles que atañen a las nacionalidades, raza, edad, género y diversidad sexual.

Metodología

Los datos que nutren el presente texto forman parte de una investigación más amplia que busca, por una parte, identificar las formas en las que se concibe el trol en Costa Rica y, por otra, caracterizar y comprender su práctica en ese contexto. En este texto, se abordan las concepciones y prácticas de troleo desde la visión que construyen las y los periodistas y editores de diversos medios costarricenses a partir de su práctica periodística cotidiana.

Como se puede observar en la sección anterior, la amplitud y fluidez con la que se define al trol deriva, en su mayoría, de investigaciones relacionadas con incidentes y comportamientos realizados por personas usuarias en distintos espacios en línea (Hardaker, 2013; Herring, 2002; Graham, 2019; Jenks, 2019). Pese a que la literatura refleja una amplia gama de comportamientos, desde el hackeo hasta la ofensa gratuita, la riqueza de las conceptualizaciones realizadas corre el riesgo de ilustrar un panorama incompleto en tanto evidencian prácticas circunscritas a espacios de comunicación singulares y situados en otras geografías.

Por otra parte, existe relativamente poca investigación que sustente la forma en que periodistas, productores de contenidos y gestores de medios de comunicación comprenden y comparten sus actividades profesionales con este tipo de personas usuarias. En particular, si bien las diversas miradas y lecturas de lo que constituye o no un trol permiten dar cuenta de un fenómeno fluido y diverso, se requiere comprender su adaptación a la realidad



nacional y, particularmente, a su papel en la producción de las noticias, de la esfera pública y de la generación de discursos e identidades políticas e ideológicas.

El trabajo se desarrolla desde un enfoque cualitativo que busca comprender el fenómeno desde el punto de vista de las personas que lo viven cotidianamente. Este enfoque pone énfasis en las visiones subjetivas del fenómeno y permite entender el troleo como una práctica situada.

El corpus de la investigación consiste en una muestra de los seis medios de comunicación noticiosos más populares de Costa Rica con una distribución equitativa entre medios televisivos, de prensa escrita y radiofónicos. En total, se realizaron 13 entrevistas en profundidad; dos por medio de comunicación noticioso seleccionado y una adicional para *Doble Check*, un proyecto de verificación de noticias pionero en el país. En las entrevistas se abordaron cinco temas: (1) la definición del trol, (2) su *modus operandi*, (3) las experiencias profesionales o personales con troles, (4) los mecanismos utilizados por el medio de comunicación para gestionar este tipo de personas usuarios, y, finalmente, (5) los efectos del trol para los medios de prensa y para nuestra sociedad. Los resultados que presentamos, a continuación, representan patrones comunes identificados mediante dicho análisis.

Resultados

Los periodistas entrevistados apuntan a los distintos tipos de retos que los troles significan para su gremio y para su profesión.

David Bolaños de *Doble Check* subraya el dilema ético profesional de hacer el proceso de *fairness* con ese tipo de perfiles:



La intención de esas personas no es mantener un diálogo o argumentar una posición. Es más bien atacar las motivaciones o atacar a la persona que cuestiona. Entonces ¿es pertinente y necesario buscarlos en aras del equilibrio de las notas periodísticas? Siempre en periodismo, existe la necesidad y la obligación de contactar a las partes involucradas, pero en este caso la parte involucrada se está escondiendo (comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

En este sentido, la posición de Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* es muy contundente: “si como medios intentamos responder a esas personas, lo que hacemos es validarlas, validar sus posiciones (...) y eso es muy peligroso” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021). Para él, el recurso que queda es ignorar. Para Andrés Martínez, el desafío profesional es considerable: “Las redes nos absorbieron. El periodista o el comunicador no se ha logrado adaptar a un mundo de redes sociales y cómo actuar ante ellas, sobre todo en el tema de la desinformación.” (comunicación personal, 16 de agosto de 2021).

Ante la pregunta sobre cuáles estrategias y protocolos siguen los periodistas y los medios para los cuales trabajan en relación con los troles, las respuestas fueron variadas.

Una primera estrategia consiste en contactar y trabajar con empresas de tecnología para proteger al medio y sus canales de distribución. Para ello, monitorean los mensajes, bloquean cuentas que son creadas para ser usadas por troles y hacen reportes y denuncias de manera constante. Kattia Bermúdez de *La Nación* aconseja apearse a las evidencias, documentar todo con capturas de pantalla, audios, videos, etc. y denunciar a la plataforma para que a nivel de algoritmo también funcione la denuncia o el bloqueo. La periodista es



de la opinión de que es importante que dentro de las mismas salas de redacción y grupos de trabajo se comparta lo que a un periodista le puede estar pasando. Si a través de esta socialización de la problemática se detecta que hay una persona que es constante en sus ataques hacia ciertos periodistas o hacia ciertos contenidos, entonces se puede investigar si es un usuario real, si es un robot, si es un perfil falso y se pueden tomar medidas como suspender la cuenta o eliminar los comentarios, tratar de no hacer visible su mensaje.

Por otro lado, David Bolaños de *Doble Check* explicó que en el proyecto se ha generado un debate editorial sobre qué hacer en casos en los que la desinformación proviene de un perfil falso y anónimo. La pregunta es si se debe contactar al trol en las mismas condiciones que las que exigen las reglas del periodismo para el caso de una persona que participa en el discurso público mostrando su identidad o si debería ser hacerse una ponderación, tener un protocolo de un proceso periodístico distinto:

En el caso de un trol o de una cuenta falsa anónima, la persona que está publicando no está poniendo su rostro, no está asociando esa información a un nombre y por tanto la pregunta editorial es, ¿debe considerarse como una persona? Como una persona entendida que está participando activamente y en las mismas condiciones que los demás en el discurso público (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero 2021).

Sobre políticas y protocolos, el espectro parece ser amplio: se encontró desde medios que no los tienen: “nunca se me ha dicho que exista un protocolo y creo que no lo hay”, afirmó Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* (comunicación personal, 2 de marzo de 2021), hasta medios que los tienen muy claros y estrictos. Érick Murillo de *CRHoy.com* explicó que en el



caso de su medio, bloquean y reportan a los usuarios que publiquen insultos; “una cosa es la crítica y otra cosa ya es el insulto”, aclaró (comunicación personal, 23 de febrero de 2021). No obstante, se lamenta que a veces eso sirve de poco porque los trolés rápidamente hacen otro usuario o se conectan desde otro IP. No obstante, reitera que “sí hay un protocolo, lo que pasa es que como eso es tan dinámico, va evolucionando. Tenemos que irnos preparando para lo que venga. Las redes cada día se van volviendo más sofisticadas. La gente también. Hay que ir un paso adelante y no alimentar al trol. No darle alas” (Érick Murillo, comunicación personal, 23 de febrero de 2021). Mientras tanto, otros medios tienen protocolos más laxos: “en *Doble Check*, nosotros acordamos que debíamos ampliar un poco más ese rango, entonces, dejamos que nos apedreen bastante” (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero 2021).

Otra discusión editorial importante que fue mencionada por los periodistas consultados está relacionada con la plataforma que los medios (o los servicios de verificación) le podrían estar dando a los trolés. Por ejemplo, si se pone el enlace a la desinformación que se está verificando o desmintiendo, se le está dando más difusión a ese contenido falso. Entonces, como regla general, se evita darle lugar al sujeto que desinforma. No obstante, Bolaños de *Doble Check* también señala que no es tan sencillo como invisibilizar ese tipo de perfiles, ya que no debe perderse de vista que también son parte del discurso público. Por eso aclara que

La gente comparte y difunde esa información, validándolos y creyendo que son actores válidos del discurso público y que la información que están difundiendo es real o es pertinente para sus vidas o para las vidas de los



demás. Entonces sí, definitivamente son parte del discurso público y les consideramos como tales (comunicación personal, 2 de febrero 2021).

Kattia Bermúdez de *La Nación* coincide en que los periodistas y los medios se encuentran frente a un dilema y para ellos siempre persiste de la duda sobre qué hacer y si están haciendo lo correcto:

... si los ignoro estoy permitiendo que su mensaje se difunda en mis propios canales; si me peleo con ellos me estoy poniendo en su nivel, me bajo a la cancha de ellos y estoy metiendo en su discurso, o sea, caigo en su provocación, entonces logran el objetivo. Y si me pongo a desmentirlos, es una forma también de darles esa legitimidad y de cierta forma también estoy difundiendo su mensaje (comunicación personal, 19 de marzo 2021).

En ese sentido, todas las personas entrevistadas externan una marcada preocupación por las implicaciones que genera el fenómeno del trol para su profesión, para los medios de prensa para los que laboran y para la sociedad costarricense. Si bien le atribuyen un valor considerable a la libertad de expresión y a la participación cívica como parte del debate público de ideas, su abordaje profesional y personal con la figura del trol denota una ambivalencia entre, por un lado, ignorarlo y considerarlo parte incómoda de la realidad noticiosa contemporánea y así no darle entidad y capacidad de agencia y, por otro, identificarlo y exponerlo como una medida de control y de protección al discurso público. Tanto en las prácticas identificadas en la literatura científica como en las entrevistas, la primera opción es absolutamente dominante.



El dilema del discurso público: Entre riesgos, libertades y derechos

Los periodistas consultados coinciden en que la agresividad de los troles se ha convertido en una verdadera y preocupante amenaza personal para ellos. Por un lado, mencionan una especie de “guerra psicológica” (Kattia Bermúdez, comunicación personal, fecha) que puede ir desde algo más “inofensivo” --pero que resulta agotador-- como reacciones constantes y siempre negativas, con insultos y descalificativos al contenido que el periodista está publicando, hasta prácticas más amenazantes.

Gustavo Arias de *La Nación* mencionó casos similares a los que describe Bermúdez; para él, los ataques a su trabajo profesional son “como el pan de cada día, todos los periodistas ahorita lo sufrimos” (comunicación personal, 20 de enero 2021) y se enmarca en lo que él describe como un nivel de odio y de polarización en el discurso imperante en las redes sociales en la actualidad. No obstante, la experiencia de sufrir amenazas personales y directas, más allá del campo profesional, los ha llevado a tomar algunas medidas extraordinarias que el periodista califica de “autocensura”: “En mis redes sociales quité las relaciones con mis hermanas y mis papás para no exponerlos. Eliminé completamente fotografías personales. A quienes entran a trabajar en ‘No Coma Cuento’, no es que los obligo, pero les recomiendo tener esa misma autocensura” (comunicación personal, 20 de enero 2021). A estas precauciones el periodista de *Doble Check*, David Bolaños, también agregó la de no contactar a troles desde cuentas o teléfonos personales por el riesgo que implica, sino únicamente desde canales oficiales del proyecto. La percepción de creciente inseguridad y de vulnerabilidad coincide con los desafíos y riesgos que implica el carácter público de las identidades sociales de las y los periodistas (Waisbord, 2020) y con la



necesidad de establecer estrategias de separación entre la vida personal y profesional (Wolfgang, 2018; Bossio et al, 2019).

Frente a la intensidad de los troles y sus efectos perjudiciales, Bolaños mencionó las etiquetas que alertan sobre contenido que desinforma o incita a la violencia (etiquetas del tipo: “Esta información ha sido identificada como falsa por distintos medios de comunicación, ver más”) que se han convertido en una de las respuestas de las redes sociales para combatir a los troles. Para el periodista, si bien esto significa que ahora hay un poco más de consecuencias, filtros y advertencias sobre contenido falso, se trata de las redes sociales “intentando apegarse a una definición de libertad de expresión en donde en su plataforma es posible decir esas cosas” (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero de 2021), porque el contenido no es eliminado, sigue disponible, aunque tenga una advertencia.

Kattia Bermúdez de *La Nación* coincide en la importancia de poner en evidencia las prácticas del troleo y seguir hablando del tema; porque, para ella: “en la medida en que se habla de ellos, se les señala, se les identifica, se les pone un cierto rostro y a veces hasta un nombre propio, esto contribuye” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021), como también contribuye “seguir insistiendo en iniciativas como ‘No Coma Cuento’ [iniciativa de verificación de información] y que otros medios de comunicación también las orquesten; o que cada medio tenga la suya propia” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

En ese mismo sentido, Gustavo Arias aboga por la alfabetización digital en todos los todos los ámbitos, pero para él, el más importante es el ligado a la educación cívica: “No tenemos la alfabetización digital para enfrentar el fenómeno pero, además, yo no estoy tan seguro



que con solo alfabetización se pueda retomar una conversación porque está demasiado polarizado. Hay gente que saca beneficio de esa polarización y la discusión es muy virulenta” (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero 2021). Para el periodista, debemos cuestionarnos como sociedad por qué estamos dejando que las redes sociales nos monopolicen todo el debate y la conversación pública.

Existe consenso entre las personas entrevistadas en que hay una responsabilidad de las personas usuarias de redes sociales para tener mayor conciencia, más cuidado y más atención en relación con los perfiles con los que se puede interactuar o reaccionar y la información que se puede compartir. Pero existe también consenso en que, si no se toman medidas colectivas que trasciendan la responsabilidad individual, los desafíos para la vida cívica, para el discurso público y para la sociedad de derecho pueden ser insuperables. Las inquietudes externadas derivan, por una parte, por una preocupación relacionada con su quehacer profesional. Parte de su responsabilidad en la construcción social de la noticia requiere de un respeto hacia el proceso, hacia las fuentes, hacia *el fairness* y hacia una relativa neutralidad. Esos valores asociados a la profesión son violentados de forma sistemática por figuras que asocian al trol desde la producción y circulación de noticias equivocadas o sesgadas². Por otra parte, develan una marcada preocupación por el papel del trol en la construcción de la plaza pública y el problema que implica la polarización de los discursos, de sus sesgos político-ideológicos y del daño que provocan a la vida democrática.

² La constatación lleva al terreno escabroso del cumplimiento de las responsabilidades que implica la labor periodística en la producción de la noticia sin el tiempo y el recurso necesario para hacerlo. Es una discusión pendiente que vale la pena desarrollar.



Consideraciones finales

Como se ha argumentado, el trol se convierte en una metáfora abarcadora a través de la cual los miembros de un grupo social intentan discernir el bien del mal en su búsqueda por definir y estabilizar su identidad colectiva. Para explicarlo, Graham (2019) concibe su función como la de mantenimiento de fronteras (*“boundary maintenance”*) que permite distinguir entre aquellos con sentido de pertenencia a una comunidad en línea y aquellos que se pretende dejar fuera de sus fronteras. Desde ahí el trol se constituye en una metáfora sugerente en la medida en que, pese a que su identificación es fluida y polisémica, se construye general y colectivamente, como un arquetipo de oposición.

El trol existe, entonces, entre la esfera individual y la esfera colectiva, desde un amplio margen de intereses y de motivaciones, pero a los cuales las personas entrevistadas parecen recalcar su dimensión política, asociada a un ejercicio de poder discursivo con el fin de imponer sus opiniones, sus creencias y, finalmente, sus valores. Esas tentativas de dominación, provocadas, en parte por la lógica de públicos algorítmicos (Gillespie, 2014) inherente a las plataformas de redes sociales, configuran un espacio simbólico y un discurso público polarizado y violento en el que se confrontan identidades individuales y colectivas. El antagonismo, natural en el trol, se convierte en xenofobia, discriminación y menosprecio por la diferencia o, más bien, reificación de la diferencia. Ya su función trasciende comunidades de interés o de práctica, trasciende medios de prensa y es ejercida en la plaza pública.

Si bien el desplazamiento de la comprensión del fenómeno hacia el trol político-ideológico ha sido contundente para las y los periodistas entrevistados, las variadas formas que asume



coexisten. Uno de los aspectos más sugerentes de la figura del trol y de su papel en la construcción del discurso público es el dilema que enfrenta la prensa entre fomentar espacios de participación abiertos y plurales, y prevenirlo, moderarlo o controlarlo. Desde esta perspectiva, una de las estrategias comunes de los medios de prensa consiste en *no alimentar al trol* (Binns, 2012; Clucas, 2020), frase que refiere de forma explícita “a la idea que el trol busca perturbar discusiones, incitar respuestas desesperadas y, con ello, convertirse en el centro de atención así que la mejor manera de detener el troleo es ignorar a los individuos que lo ejercen, eliminando, de esa manera, su razón para troleo” (Britt, 2019: 3). Es utilizada con frecuencia por parte de miembros “legítimos” de grupos y comunidades en línea como forma de advertencia a sus pares con el fin de no proveer al trol la atención que desea. El accionar del trol es entonces entendido como catalizador de conflictos desde el diálogo y la participación; si se elimina el diálogo – en principio- se elimina el trol. Aunque la solución parece razonable por parte de los medios de prensa, es problemática por dos razones: la primera es que supone que el trol depende siempre de la discusión con otras personas para existir, pero, como lo hemos señalado en páginas previas, el trol encarna muchas formas de actuar, muchas de ellas sin requerir el diálogo (Britt, 2019).

La segunda es que, no darle entidad y legitimidad implica otorgarle una forma de agencia; darle vía libre para ejercer su papel. El medio de prensa se torna entonces, y sin quererlo, en cómplice de un discurso que se hace público en su propio espacio y que, de cierta manera, lo representa. La falta de moderación y de control parece promover la tolerancia a ese tipo de prácticas y esa tolerancia se fundamenta, generalmente, en un derecho que parece elevarse por encima de otros: la libertad de expresión. En general, el medio no



advierte de la existencia de troles a sus usuarios y, con ello, participa del conflicto, de la controversia y de la polarización de discursos.

Las personas que ejercen el periodismo tienden a considerar su quehacer como un servicio público, como parte esencial del equilibrio de voces que requiere la vida democrática; constituye un componente esencial de su ideología ocupacional (Deuze, 2005). La decisión de no intervenir es entendida como una forma de sustentar un cierto grado de imparcialidad o de neutralidad - a fin de cuentas es parte de la deontología profesional periodística- pero no deja de ser sorprendente en tanto distorsiona el discurso pretendido por el medio de prensa y, como ha sido documentado en varias investigaciones (Wolfgang, 2018; Porlezza, 2019; Hilvert-Bruce y Neill, 2020), normaliza un comportamiento tóxico que tiende a promover la violencia simbólica en línea.

Otra de las razones por las cuales las y los periodistas prefieren no intervenir ni moderar los comportamientos del trol se relaciona con su seguridad personal (Waisbord, 2020). Aquí el equilibrio entre su identidad pública, relacionada con su profesión, y su identidad privada, relacionada con su vida personal y familiar, sugiere desafíos que sería necesario explorar con mayor atención. La falta de protocolos y de estrategias claras por parte de los medios de prensa para enfrentar el fenómeno del trol no tiene solamente implicaciones discursivas e ideológicas, también profesionales y personales (Gorman, 2019).

Finalmente, si bien un aspecto crucial de la discusión sobre el trol y sus comportamientos es su carácter situado y es necesario comprenderlo desde las particularidades de los espacios de mediación desde los que actúa, no deja de ser preocupante el que se perciba su antagonismo como un recurso estratégico para orientar las conversaciones de acuerdo



a los intereses de quien represente. Como ha sido establecido a lo largo del presente texto, el trol parece perder su agencia individual para representar intereses político-ideológicos por medio del ruido y de la desinformación. Ello es particularmente inquietante en tanto se torne bien de mercado y objeto de consumo.

Como lo afirma Massimo Leone (2018), “lastimosamente, el juguete que un número cada vez mayor de troles buscan, con entusiasmo, destruir no es menor: es el discurso público” (p.13). En una sociedad contemporánea constituida por flujos constantes de crisis de representación, ese tipo de trol constituyen una amenaza para la convivencia y la organización social.



Referencias bibliográficas

Bishop, J. (2014). Representations of “trolls” in mass media communication: a review of media-texts and moral panics relating to “internet trolling.” *International Journal of Web Based Communities*, 10(1), 7. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2014.058384>

Britt, B. C. (2019). The use of nondialogic trolling to disrupt online communication. *First Monday*, 24(10), 1-1. <https://doi.org/10.5210/fm.v24i10.10164>

Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>

Cerna Aragón, D. (2017). ¿Quién es el troll?: La construcción de identidades políticas en social media en el contexto peruano. *Contratexto*, 028, 71-92. <https://doi.org/10.26439/contratexto2017.n028.1551>

Clucas, T. (2020). ‘Don’t Feed the Trolls’. Social Media and the Limits of Free Speech. En S. Polak y D. Trottier (Eds.), *Violence and Trolling on Social Media* (pp. 47-63). Amsterdam University Press.

Cruz, A. G. B., Seo, Y. y Rex, M. (2018). Trolling in Online Communities: A Practice-based Theoretical Perspective. *The Information Society*, 34(1), 15-26. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391909>

Davis, M. (2020). The online anti-public sphere. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/1367549420902799>

Davisson A. & Donovan M. (2019): “Breaking the news ... on a weekly basis”: trolling as rhetorical style on Last Week Tonight, *Critical Studies in Media Communication*, <https://doi.org/10.1080/15295036.2019.1649706>

Gillespie, T. (2014). The Relevance of Algorithms. En Tarleton Gillespie, Pablo Boczkowski & Kirsten Foot (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society* (pp. 167-192). MIT Press.



Graham, E. (2019). Boundary maintenance and the origins of trolling. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444819837561>

Hardaker, C. (2013). “Uh. . . not to be nitpicky,,,,,but...the past tense of drag is dragged, not drug.” *Journal of Language Aggression and Conflict*, 1 (1), 58-86. <https://doi.org/10.1075/jlac.1.1.04har>

Mouffe, C. (2005). *On the Political*. Routledge.

Phillips, W. (2015). *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship Between Online Trolling and Mainstream Culture*. MIT Press.

Rone, J. (2019). Fake profiles, trolls, and digital paranoia: digital media practices in breaking the Indignados movement. *Social Movement Studies*, 00(00), 1-17. <https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1679108>

Sanfilippo, M. R., Yang, S., & Fichman, P. (2017). Managing Online Trolling: From Deviant to Social and Political Trolls. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (2017)*. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.219>

Waisbord, S. (2020). Trolling Journalists and the Risks of Digital Publicity. *Journalism Practice*, 0(0), 1-17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1827450>

Wolfgang, J. D. (2018). Taming the ‘Trolls’: How Journalists Negotiate the Boundaries of Journalism and Online Comments. *Journalism*, 22(1), 139-156. <https://doi.org/10.1177/1464884918762362>.

IMPORTANTE:

Las ponencias recibidas **no serán sometidas a ningún tipo de edición** en la posterior publicación de las memorias del evento. Por ello, es fundamental que las/los autores realicen un ejercicio cuidadoso en la garantía de calidad de su trabajo.

Las ponencias en PDF deben ser marcadas así:



PonenciaGT9_LOPEZ_UAM_MEXICO.pdf

PonenciaGI3_GONZALEZ_USP_BRASIL.pdf

Una vez recibida la aceptación, el texto completo de hasta 4.000 palabras deberá ser subido al sistema electrónico hasta el 31 de agosto. La recepción del texto completo en tiempo y forma será condición necesaria para participar del evento y figurar en el programa.

Los postulantes deberán ser académicos egresados de carreras de comunicación y/o afines a las ciencias sociales y humanas. La presentación de los textos supone que el/la autor/a está de acuerdo con que ALAIC los divulgue en los soportes que crea más convenientes (*web*, memorias digitales o impresas, entre otros).

Cada ponente podrá presentar sólo un trabajo como autor o primer autor y no más de un trabajo como autor secundario.

Envío de ponencia completa: 31 de agosto de 2022