



Universidad de Valladolid

Facultad de Derecho

Grado en Criminología

Ciberguerra: La lucha de los Trolls y posibles soluciones de los gobiernos

Presentado por:

D. Francisco Javier Galo Molina

Tutelado por:

Dra. D^a Beatriz Sainz de Abajo

Valladolid, junio de 2018

Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas.



Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, **bajo las condiciones siguientes:**
- **Reconocimiento:** debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor, pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra;
- **No comercial:** no puede utilizar esta obra para fines comerciales;
- **Sin obras derivadas:** no puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
- Si reutiliza o distribuye esta obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia.
- alguna de estas condiciones puede no aplicarse si obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.
- Esta licencia no menoscaba ni restringe los derechos morales del autor.

CONVOCATORIA: JUNIO 2018

TÍTULO:

Ciberguerra. La lucha de los *trolls* y posibles soluciones de los Gobiernos

AUTOR: D. Francisco Javier Galo Molina

TUTORA: Dra. D^a Beatriz Sainz de Abajo

COMISIÓN EVALUADORA:

TITULAR

PRESIDENTA: Dra. D^a Beatriz Sainz de Abajo

VOCAL 1: Dr. D. Miguel López-Coronado Sánchez-Fortún

VOCAL 2: Dra. D^a Isabel de la Torre Díez

SUPLENTE

PRESIDENTE: Dr. D. Carlos Gómez Peña

VOCAL 1: Dr. D. Jesús Poza Crespo

VOCAL 2: Dra. D^a María García Gadañón

RESUMEN

Con el presente trabajo se intenta abordar un problema real que toma cada vez más importancia, en particular, el peligro que representa el fenómeno de los *trolls* en Internet, que se ha convertido en una verdadera molestia. Al esconderse en el anonimato, son capaces de destruir la reputación de una persona en cuestión de minutos con sus acciones y actitudes.

A través de insultos, fotos, comentarios y el uso de un lenguaje tóxico y agresivo, pueden causar enfrentamientos personales o grupales rápidamente.

Actualmente existen equipos de profesionales que estudian las noticias falsas lanzadas por los *trolls* y diseñadas profesionalmente por un equipo que definen la política de la tendencia que debe seguir esta noticia, evaluando dónde se difunden y con el objetivo de lograr un propósito específico, acelerar la distribución de la información y socializar el contenido masivamente.

Mediante la consulta de información recopilada desde Internet, en su mayoría tomada de la prensa nacional e internacional, se pueden ver casos relevantes y notorios que han ocurrido en España en los últimos tiempos, que ponen de relieve los riesgos a los que estamos expuestos.

También se analizarán casos internacionales y se propondrán soluciones para controlar estas incidencias por parte de algunos gobiernos.

PALABRAS CLAVE:

Trolls, internet, anonimato, reputación, noticias falsas.

ABSTRACT

This work intends an approach of an actual problem that takes more and more importance, in particular, the danger posed by the phenomenon of *trolls* on the Internet, that have become a real nuisance. Hiding being anonymity they are capable of destroying a person's reputation in a matter of minutes with their actions and attitudes.

Through insults, photos, comments and using language that is booth toxic and aggressive they can quickly cause personal or group confrontations.

Currently there are teams of professionals who study the fake news released by the *trolls* and designed professionally by a team that define the policy of the trend that should follow this news, evaluating where they are disseminated and with the objective of achieving a specific purpose, accelerate the distribution of the information and socialize the content massively.

By consulting information compiled from the internet, being mostly taken from national and International press, they are able to see relevant and notorious cases that have occurred in Spain in recent times, which highlight the risks of what we are exposed to.

International cases will also be analyzed and possible solutions will be proposed to control these incidences by some governments.

KEY WORDS:

Trolls, Internet, anonymity, reputation, fake news.

AGRADECIMIENTO

A mi familia que sin ella y sus sacrificios cuando estaba estudiando no podría haberlo llevado a cabo durante todos estos años que he dedicado a los estudios y no he pasado con ellos.

A mis compañeros de viajes en esos miles de kilómetros que hemos realizado en la furgoneta de camino Málaga-Valladolid durante esta etapa.

Como no, a mi tutora D^a Beatriz, por el seguimiento realizado en el trabajo y las facilidades dadas para su realización.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	9 -
2. BREVE INTRODUCCIÓN AL SIGNIFICADO DE CIBERGUERRA.....	11 -
2.1 Guerra Híbrida.....	12 -
3. ¿QUÉ ES UN <i>TROLL</i> Y COMO SE PRESENTA?	13 -
3.1 El perfil de un trol y sus estrategias	15 -
3.2 Cómo podemos identificar a un <i>troll</i>	17 -
3.2.1 <i>La utilización del anonimato en internet</i>	19 -
3.3 De <i>troll</i> bromista a desestabilizar un Gobierno	21 -
3.3.1 <i>Uso de los Memes</i>	21 -
3.3.2 <i>Uso de las Noticias falsas: “Fake news”</i>	22 -
4. <i>TROLL</i> SUS COMENTARIOS Y EL DAÑO QUE PUEDE HACER -	25 -
4.1 El ataque a una persona anónima.....	27 -
4.2 El ataque a una empresa o marca	29 -
4.3 El ataque a una persona famosa.....	33 -
5. LOS TROLES EN LA POLÍTICA NACIONAL E INTERNACIONAL .-	38 -
5.1 España	40 -
5.1.1 <i>Cataluña</i>	42 -
5.2 Ciber-ejércitos de troles en otros países	47 -
5.2.1 <i>Ejemplo Argentina</i>	48 -
5.2.2 Estados Unidos.....	49 -

5.3	Como intentan combatir el fenómeno de las noticias falsas en otros países de Europa y en España a partir del año 2017-18.	- 52 -
5.3.1	<i>Reino Unido</i>	- 52 -
5.3.2	<i>Francia</i>	- 52 -
5.3.3	<i>Alemania</i>	- 53 -
5.3.4	<i>España</i>	- 53 -
5.3.5	<i>Unión Europea.</i>	- 55 -
6.	CONCLUSIONES.....	- 55 -
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	- 59 -

1. INTRODUCCIÓN

El empleo de las redes sociales son utilizadas tanto a nivel profesional como para uso particular ya sea para estudiar, ocupar el tiempo de ocio, para ganar dinero y como no una nueva manera de relacionarse con otras personas o recibir información de las últimas noticias que están ocurriendo.

Los avances en esta materia han dado un vía casi ilimitado de información que han facilitado y simplificado la vida, pero a su vez ha creado problemas de inseguridad que pueden conformar una amenaza, que hoy en día son un modo de que afloran delitos debido a la utilización de la informática.

Se producen ciberataques que de alguna u otra manera, pueden infundir daños dependiendo para los que se utilizan, desde virus informáticos, troyanos, al envío masivo de correo no deseado etc.

La red ha propiciado una nueva delincuencia utilizando el ciberespacio como pueden ser la ciberdelincuencia, cibercrimen, ciberespionaje, ciber sabotaje, ciberterrorismo, la ciberguerra, ciberacoso, etc.

El uso de las Redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* han cambiado la vida de las personas, eso es incuestionable, forman parte del escenario cotidiano de información y comunicaciones de miles de personas en el mundo, han creado un efecto positivo en la forma de comunicación entre las personas que utilizan estas redes que pasa por compartir afinidades, gustos musicales, ideologías, fotos, videos, comentarios, también han favorecido una nueva forma de comunicación favoreciendo el contacto con gente que no se conocen, jugar entre amigos, pero esto a su vez también presenta muchas desventajas ya que llevan a consecuencias que derivan en riesgos relacionados con el mundo online, como puede ser la conducta realizada por personas adultas que intentan ganar la confianza de los jóvenes mediante el uso de internet, llamado *grooming*, acoso a través de la red o *ciberbullying*, comentarios que son perjudiciales o actitudes que no son afines a nuestros intereses, incluso una ciberadicción donde las personas ya no saben existir sin internet donde para ellos la redes sociales son como una ramificación de su vida misma.

Toda aquella persona que tiene un perfil en la red ya sea profesional o particular está expuesta a críticas pudiendo llevar a que su reputación sea arruinada.

Esas críticas tratadas por gente que pretenden hacer daño que no demuestran sus opiniones sino que se dedican al tema de crear noticias falsas e insultar o simplemente

difamar o faltar el respeto, pueden llegar a afectar verdaderamente a una persona o a una empresa.

Se puede producir un linchamiento hacia una marca, empresa o una persona con algún comentario que alguien puede inventarse, solo hace falta un *tweet*, una noticia falsa o una fotografía modificada que con toda probabilidad se convierta en viral, donde seguramente existan nuevos comentarios que echaran leña al fuego con mensajes despectivos por parte de miles de personas que sin estar al tanto en realidad de lo que realmente ha ocurrido, produce que ese rumor se propagará en la red y será difícil de frenar.

El linchamiento iniciado por ese comentario puede ser realizado desde una individuo que tiene algún problema personal, a otras que sólo disfrutan con la intención de dañar la imagen de una persona o empresa, sencillamente por gusto de realizarlo o porque incluso tal vez le han contratado para ello siempre valiéndose del anonimato de internet.

De forma coloquial a estas personas son reseñadas como *trol*, más adelante daremos una pequeña introducción sobre ellos, estas personas buscan el placer personal intentando calentar a las personas que participan en foros pequeños o a los que participan en las redes sociales como *Facebook*, *Instagram* o *Twitter*, pueden hacerlo para romper una armonía con mensajes, opiniones que no vienen a cuento y están los que se dedican a desviar la atención con opiniones controvertidas o crear falsas identidades o noticias falsas.

2. BREVE INTRODUCCIÓN AL SIGNIFICADO DE CIBERGUERRA

Vamos a ver una breve introducción de lo que es la “Ciberguerra” entendida como una agresión promovida por un Estado y dirigida a dañar gravemente las capacidades de otro, encontrar las debilidades técnicas de los sistemas o redes o simplemente para sustraerle información sensible, cortar o destruir sus sistemas de comunicación, alterar sus bases de datos, es decir, lo que habitualmente hemos entendido como guerra, pero con la diferencia de que el medio empleado no sería la violencia física, sino un ataque informático que le permita obtener una ventaja sobre el enemigo para situarse en superioridad, o incluso para derrocarlo (Sánchez, 2010).

La mayoría de autores coinciden en señalar que el concepto de ciberguerra se refiere al desplazamiento de un conflicto cuyo teatro de operaciones pasa a ser el ciberespacio, tiene como actores principales a los Estados, y se caracteriza por sus motivos políticos.¹

Estas acciones en línea pueden poner en peligro y en amenaza tanto a un ciudadano anónimo o famoso, como a un país.

El ciberespacio se ha convertido en el quinto dominio tras la tierra, los mares, el aire y el espacio.

Las ciberarmas son manejadas empleando los medios informáticos de otras naciones sin su aprobación. Esto hace que la ciberguerra sea realmente de carácter global.

El uso de la desinformación, ha sido uno de los objetivos que se han utilizado mediante la acción psicológica sobre los enemigos, desarrollando los medios para que la información se dé de tal manera que intoxique con el fin de inducir al error y a la confusión utilizando para ello noticias falsas.

Algunos países en materia de ciberguerra son Estados Unidos, China, y Rusia, donde también podemos encontrar a Israel, Francia, Taiwán, Irán, Australia, Corea del Sur, India y Pakistán, entre otros.

La Orden Ministerial 10/2013, de 19 de febrero, por la que se crea el Mando Conjunto de Ciberdefensa de las Fuerzas Armadas, regula la definición de ciberataque, por el que se entiende una “acción producida en el ciberespacio que compromete la disponibilidad, integridad

¹ “Guerra informática.” [En línea] Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_inform%C3%A1tica> [Consulta: 15 de Febrero de 2018]

y confidencialidad de la información mediante el acceso no autorizado, la modificación, degradación o destrucción de los sistemas de información y telecomunicaciones o las infraestructuras que los soportan”.²

2.1 Guerra Híbrida

El Gobierno español ha incluido la difusión de noticias falsas en la Estrategia de Seguridad Nacional 2017, titulada "Un proyecto compartido de todos y para todos", entre las amenazas y los desafíos identificados podemos destacar el terrorismo internacional, las amenazas a las instalaciones críticas y las amenazas y desafíos en los espacios comunes globales como el ciberespacio, el espacio marítimo y el espacio aéreo y ultraterrestre, que sustituye a la existente desde 2013, en ella son examinados los riesgos para España donde se incluye por primera vez como amenaza los ciberataques y la difusión de noticias falsas o "fake news" en la red (González, 2017).

Las noticias falsas poseen un gran impacto al servirse de las redes sociales para hacerse virales, su presencia se ha hecho cada vez más indiscutible en la arena política en muchas partes del mundo.

Las afectadas con Cataluña inundaron las redes sociales en los meses de septiembre y octubre 2017 han sido confirmadas que un 50% de los perfiles que publicaron las noticias falsas procedían de servidores rusos y un 30% desde Venezuela, se evita citar a Rusia. Si bien los expertos imputan a Rusia la interferencia en las elecciones de Estados Unidos, el *Brexit* o la Crisis Catalana. Las "campañas de desinformación" como una de las formas de la llamada guerra híbrida.

El segundo gran objetivo que fija la Estrategia es mejorar la cultura de seguridad nacional es decir, la conciencia en la sociedad española de los riesgos a los que se enfrenta y la necesidad de hacerles frente.

Guerra híbrida entendiendo la misma como una combinación de ciberataques, operaciones de manipulación o elementos de presión económica que se han manifestado en procesos electorales.

² España, Boletín Oficial del Ministerio de Defensa, "Orden Ministerial 10/2013, de 19 de febrero, por la que se crea el Mando Conjunto de Ciberdefensa de las Fuerzas Armadas" Núm. 40 Martes, 26 de febrero de 2013 Sec. I. Pág. 4154. [En línea]: <http://www.emad.mde.es/Galerias/MOPS/novoperaciones/multimedia/documentos/20130226_CIBERDEFENSA.pdf> [Consulta. 5 de marzo de 2018]

“Es una combinación de medios e instrumentos, de lo previsible y lo imprevisible. No hay fronteras entre lo legal y lo ilegal, entre la violencia y la no violencia. No hay una distinción real entre guerra y paz”, dice Félix Arteaga, investigador de Seguridad y Defensa del Real Instituto Elcano.

La prueba definitiva de que el interés de quienes movilizan al ejército de bots prorrusos se ha centrado en el pulso independentista en España. Este pensamiento de injerencia no solo busca hinchar las redes con exageraciones, noticias falsas y sesgadas. También se alimenta de imágenes épicas, que buscan convertirlas en símbolos.

Sin llegar a publicar falsedades, medios rusos financiados por el *Kremlin*, como RT y *Sputnik*, han recurrido a enfoques adulterados de informaciones reales.

Las cuentas de RT en español en *Twitter* (2.74 millones de seguidores) y *Facebook* (5,1 millones) se han lanzado también a divulgar contenido sobre la crisis catalana con titulares como “*Cataluña: Francisco Franco, el dictador, ha regresado victorioso*”.

3. ¿QUÉ ES UN *TROLL* Y COMO SE PRESENTA?

La palabra *troll* no está reconocida en el diccionario español RAE como tal, nos tenemos que ir a Trol, originario del noruego *troll* “Ser sobrenatural”. En la mitología escandinava, monstruo maligno que habita en bosques o grutas.

- 1) una imaginaria, ya sea una criatura muy grande o muy pequeña en las historias escandinavas tradicionales, que tiene poderes mágicos y vive en montañas o cuevas.
- 2) alguien que deja un mensaje intencionalmente fastidioso en Internet, para llamar la atención o causar problemas.³

La forma coloquial de uso de la palabra en internet de *troll*⁴ es la descripción de aquellas personas que publican mensajes instigadores o provocadores, que no son irrelevantes y se encuentran fuera del tema que se está tratando en una comunidad en línea, (foros de discusión, sala de chat, comentarios de blog, se dedica a publicar mensajes provocadores, divertidos, ofensivos, groseros, falsos, racistas, sexistas, etc., en redes sociales o en *Internet* (foros, chats, blogs, etc.)

³ Cambridge Dictionary [En línea]: <https://dictionary.cambridge.org/es/> [Consulta: 21 de enero de 2018]

⁴ Para ver más sobre los trols [En línea]:< [< https://es.wikipedia.org/wiki/Trol_\(Internet\)>](https://es.wikipedia.org/wiki/Trol_(Internet)) [Consulta: 21 de enero de 2018]

Estos comentarios tienen como intención la provocación, crear polémica no constructiva, la ofensa a los demás participantes, el fastidiar o provocar una respuesta emocional negativa en los demás usuarios, con varios fines con acusaciones falsas o comentarios impetuosos en las redes sociales, para promover una causa o acosar a alguien con insultos intencionadamente ofensivos para provocar que se originen enfrentamientos.

El principio de la palabra *troll* como la conocemos en Internet existe en foros desde hace más de 20 años, aunque tuvo notabilidad y popularidad en los sitios como *4chan* y *Reddit*, para pasar con mayor o menor éxito a *Twitter* y *Facebook*.

Los *trolls* se olvidan de que en el otro lado hay una persona con emociones, se producen una avalancha de respuestas, que pueden mantenerse en el tiempo durante días, semanas, meses e incluso años.

En el uso coloquial en internet etimológicamente determinamos el termino *trolling* del verbo inglés *to troll*⁵ que podríamos traducir como “*técnica de pesca con caña*” en la que el cebo se acerca a la superficie del agua hasta que la presa pica y muerde el anzuelo que consiste en arrastrar a los peces con cebo, un tema que interactúa con otros a través de mensajes provocativos, fuera de tema, sin sentido, con el objetivo de alborotar la comunicación y fomentar conflictos para que caigan otros usuarios.

Se puede encontrar un *troll* desde foros pequeños hasta las grandes redes sociales como Facebook o Twitter donde el papel que ocupan es bien claro la de reclamar la atención o la de imponer un tema y su modo de pensar.

De acuerdo con la *Británica Crocels Trolling Academy* centro de investigaciones sobre el comportamiento de estos personajes, el uso actual de la palabra *troll* se deriva de una frase utilizada por los pilotos estadounidenses durante la guerra de Vietnam: “*trolling for MiG’s*”. En el combate aéreo, los aviadores norteamericanos trataban de provocar a sus enemigos para identificar sus debilidades y fortalezas.

El departamento lingüístico de la Universidad de Lancaster ha definido el término *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. También han establecido que el troleo fracasa si no consigue provocar a los otros usuarios o no es interpretado correctamente. Los que son más hábiles llegan a suplantar a moderadores e incluso a personas famosas reproduciendo

⁵ «*Definition of: trolling*». PCMAG.COM (*Ziff Davis Publishing Holdings Inc*). 2009. [En línea]: <<https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/68609/internet-troll>> [Consulta: 26 enero de 2018]

su forma de expresarse en los mensajes que dirigen en los foros. Se camuflan para provocar una discusión entre los usuarios. Ahora el término parece cubrir cualquier tipo de comportamiento desordenado en las redes sociales.

3.1 El perfil de un troll y sus estrategias

En los tiempos que vivimos los *trolls* realizan ataques de todo tipo, intentan descalificar públicamente cualquier persona que se cruce en su camino desde una persona anónima, a personajes públicos o famosos, empresas o instituciones con las que se está en conflicto, etc.

Claire Hardaker es profesora de lingüística en la Universidad de *Lancaster*, que se especializa en investigar la agresión en línea.

“Según Hardaker (2013), existen dos perfiles distintos de usuarios que actúan como un troll: por un lado, el perfil prototípico de un troll sería un hombre joven con alguna discapacidad social que proviene de un hogar desestructurado, pero, por otro lado, encontramos también un perfil de troll formado por mujeres jóvenes y hombres adultos, aparentemente normales, que disfrutan de una vida acomodada”.

Una persona que es novato y que participa en una discusión de un foro puede ser culpado de forma indebida de ser un *troll* y que con sus declaraciones quiere engañar a los demás, pero es la intencionalidad del *troll* de insultar a los demás mediante un discurso agresivo lo que evidencia su condición y nos ayuda a diferenciarlo del resto de usuarios.

Es aquí donde radica el éxito, la reacción del resto de los interesados que intervienen en el juego y responden a los argumentos del *troll* que suelen ser con un tinte provocador, ofensivo y violento.

Varias son las formas de comprometer, de una forma grosera o con un toque burlón de entorpecer el diálogo y el flujo de los comentarios, la intención es recurrir a aspectos emocionales y prejuicios para desviar la atención del público de la información realmente importante como pueden ser las decisiones políticas y económicas que interesan al conjunto de la ciudadanía.

“Para poder conocer el perfil tipo de un troll online, nos vamos a apoyar en el informe YouGov Trolling Study 2014, recogido por EZShield. En él se confirma que la mayoría de estos controvertidos sujetos suelen utilizar la política (49%) o noticias de actualidad (38%) para verter su bilis; sin olvidar otros temas que suscitan polémica social, como la religión (38%), el famoso (31%) o los deportes (25%)”.



Imagen 1: Anuncio que advierte contra los trolls (Iglesias, 2007)

Utilizan como estrategias entre otras artimañas, frases cortas que no tienen nada que ver con la conversación o al contrario largos textos, nada hace más feliz a un troll, además de ocasionar daños, que comprobar que lo ha causado, no se puede razonar con ellos siendo la mayoría inmunes a críticas y argumentos.

Según un estudio realizado entre las Universidades de *Manitoba*, *Winnipeg*, *British Columbia*:

Muestran cuatro rasgos de personalidad que tienen en común y que dan lugar a lo que designan como “*La triada oscura de la personalidad*”, maquiavelismo, narcisismo, psicopatía, y sadismo.

- a) Maquiavelismo.- con una capacidad a manipular y engañar a otros. Utilizan la persuasión con el fin de conseguir satisfacerse para lograr un propósito o conseguir intereses propios.
- b) Narcisismo.- El egoísmo y la auto-obsesión. Se quiere tanto a sí misma que no es capaz de aceptar una crítica. No dan nada a cambio intentando siempre buscar la forma de llamar la atención y provocar la admiración en el resto de las personas. Con tendencia hacia la esplendor, el exhibicionismo, no acepta críticas, falta de empatía y la búsqueda de admiración.
- c) Psicopatía.- La falta de remordimiento y empatía. Son personas egocéntricas y manipuladoras, son impulsivas.

No suelen reconocer la culpa y no tienen remordimientos de conciencia.

Por buscar sensaciones transgreden las normas para buscar sensaciones. Algunos pueden clasificarse de sociópatas con la única función de herir los sentimientos de los demás.

d) Sadismo.- El placer en el sufrimiento de los demás.

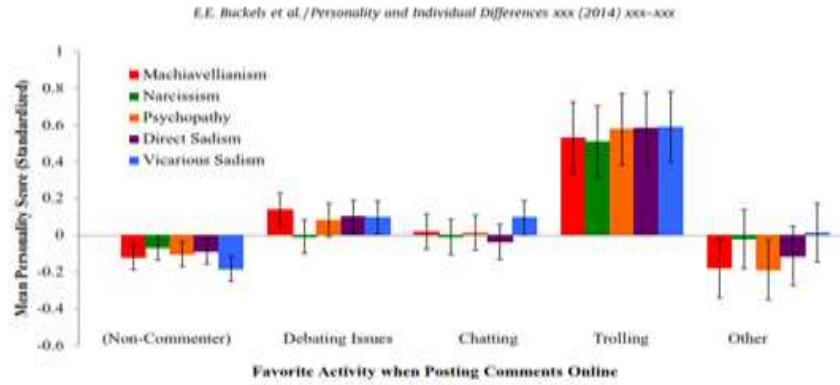


Imagen 2: Comparativa (Buckels, Trapnell y Paulhus, 2014)

En el texto de Buckels, Trapnell y Paulhus (2014) “*Trolls just want to have fun*”, los autores describen que los *trolls* suelen tener puntuaciones más altas que el resto de personas en tres rasgos de personalidad: la psicopatía, el sadismo y el maquiavelismo. Lo peor del ser humano como puede ser la desconfianza, la envidia, el resentimiento es utilizado en verdaderos linchamientos virtuales que es imposible de contrarrestar.

Hay dos situaciones que pueden llevar a cualquier persona civilizada y amable a comportarse como un *troll* maleducado: estar de mal humor y encontrarse con el enredo ya empezado en forma de comentarios negativos. Cuando estas dos condiciones se cumplen, la probabilidad de que un internauta cualquiera deje en un foro o red social un comentario del mismo tipo aumenta considerablemente.

3.2 Cómo podemos identificar a un *troll*

Normalmente los *trolls* realizan estos tipos de prácticas:

- Insultar. Los *trolls* insultan o llaman despectivamente a ciertos usuarios sin ningún motivo aparente. Con un contenido que suele ser agresivo y maleducado, por lo que tiene un efecto inmediato.



Imagen 3: Captura de pantalla de un ejemplo de insultos a través de Twitter

- Discutir. Algunos *trolls* buscan polemizar o debatir por cualquier publicación de un usuario con la motivación de mostrar superioridad, molestar a la otra persona o hacerle perder el tiempo con la intención de buscar el mero placer personal.



Imagen 4: Captura de pantalla de un ejemplo de tweet sobre cómo polemizar.

- Destruir. Son *trolls* que minimizan o se burlan de las publicaciones ajenas para desviar la atención. Tratan de romper las conversaciones introduciendo comentarios que son ilegibles.
- Desviar la atención. Son *trolls* que buscan comentar a toda publicación posible con el fin de generar spam o basura, o incluso colocar links con el fin de arruinar la publicación de la persona. Utilizan el foro de la conversación para hacer promoción de un competidor. Utilizan opiniones controvertidas y pueden llegar a falsear la identidad de una persona.



Imagen 5: Ejemplo tomado de Internet de cómo desviar la atención.

3.2.1 La utilización del anonimato en internet

Delante de una pantalla, un *troll* se puede sentir protegido, los usuarios de internet tienen la posibilidad de actuar, ya sea bajo el anonimato usando un alias o seudónimos lo que les hace creer que pueden expresarse con total impunidad o con su nombre real.

El relativo anonimato des individualiza a las personas, al no implicar su identidad con lo que publica, no toma compromiso por lo que escribe, con ello puede propagar información falsa a través de toda la red y nadie sabrá quién fue.

El anonimato permite a las personas decir cosas que no expresarían en persona en su vida cotidiana.

Según la publicación de Torrijos (2013) unas de las características más notables del anonimato es la “des individualización” que podemos decir que es el proceso por el que las personas que se encuentran en un grupo pueden perder el sentido de la identidad personal y dejarse llevar por las normas del grupo, este confortable anonimato de la ‘Era Internet’ ha destapado este fenómeno en la mayoría de la población que lo toman como escudo para descargar odio y desengaño hacia la sociedad.

Así, ellos pueden producir información real y falsa mediante el uso del anonimato, y también pueden lograr que la información no confirmada pueda ser difundida (por error o por negligencia) por un medio con alta credibilidad.

Se han realizado experimentos donde se demuestran que es más probable que se haga daño a personas si se garantiza el anonimato, donde está demostrado que si una

persona a la que se le pide información personal (nombre, residencia, etc.) son menos proclives a violar las normas, personas que pasarían anónimas en un lance físico en la vida real, pero en online atacarán sin piedad desde el anonimato perdiendo el autocontrol y comportándose de forma infame.

La distancia física y la poca probabilidad de creer que van a ser castigados son las que estimulan la inusual agresividad.

La pertenencia a un grupo, que cuanto mayor sea, más acusada son los comportamientos des individualizados. *Experimento de la Cárcel de Stanford*⁶ llevado a cabo por *Philip George Zimbardo* (Nueva York, 23 de marzo de 1933) es psicólogo, investigador del comportamiento, fue presidente de la Asociación Norteamericana de Psicología en 2002 y son célebres, tanto en el mundo académico como fuera de él, sus trabajos en psicología social, especialmente el célebre experimento de la cárcel de *Stanford*.

El doctor Zimbardo explica que el “efecto lucifer” es una celebración de la capacidad ilimitada de la mente humana para convertirnos a cualquiera de nosotros en amable o cruel, compasivo o egoísta, creativo o destructivo, y de hacer que algunos lleguemos a ser villanos y otros a ser héroes (López, 2007).

Nos cuesta menos lastimar a aquellos que no conocemos personalmente o a aquellos a quienes no vemos molestarse como resultado de nuestras acciones directas. Una ausencia total de empatía es el caldo de cultivo del odio.

Las redes sociales permiten el juego de la creación de falsos perfiles. A los usuarios les gusta trabajar de forma “anónima”, lo cual dificulta saber quién es realmente el que está detrás de esa cuenta. El uso de internet ha propiciado nuevas formas de sociabilidad y experimentación que permiten a los usuarios participar y aportar contenidos donde una persona no hablaría por temor a castigos.

La libertad de expresión se ve reforzada cuando uno puede hacerlo anónimamente. Este uso del anonimato brinda que, en ocasiones, una sola persona puede manejar varias cuentas falsas e incluso para dar veracidad de ellas a propiciar una discusión, donde se discutan entre ellas.

En cuestión de minutos se producen comentarios que pueden llegar a ser una humillación y que queda publicada dejando marcas para siempre en la red siendo la misma

⁶[https://es.wikipedia.org/wiki/Experimento de la c%C3%A1rcel de Stanford](https://es.wikipedia.org/wiki/Experimento_de_la_c%C3%A1rcel_de_Stanford)>

[Consulta: 25 de enero de 2018]

un castigo digital o *shitstorm*⁷ (tormenta de mierda, como se denomina a estos episodios como anglicismo) en el contexto de las redes sociales.

3.3 De *troll* bromista a desestabilizar un Gobierno

“Un *trol* es alguien que se cuele en un espacio virtual con diferentes fines y casi siempre molestos o cuando menos tendenciosos”, explica Miguel Pérez Subías, presidente de la Asociación de Usuarios de Internet.

Cuando además se organizan en su efecto se multiplica y pueden llegar a invalidar dicho espacio para el resto de sus usuarios o conseguir perjudicar económicamente a una campaña de comunicación o la reputación de una marca o el prestigio un personaje famoso.

3.3.1 Uso de los Memes

El termino meme es utilizado para representar una idea, situación, expresión o pensamiento mostrado en cualquier tipo de formato virtual, como dibujos, imágenes, textos o videos o todo tipo de montaje multimedia que se divulga a través de internet.

La libertad de expresión es válida, el problema ocurre al cruzar la línea del humor hacia la ofensa que puede llegar a dañar la autoestima de los usuarios e incluso producir consecuencias psicológicas. Las redes sociales suscitan la producción de nuevos argumentos en donde la imagen ha adquirido gran notabilidad.

El “meme” de internet es un término utilizado para representar una idea o un símbolo que se transmite de forma explosiva a través de los medios de Internet (email, red, social, blog, entre otros servicios). Se caracteriza por la compilación de códigos verbales, icónicos y audiovisuales. También es una nueva característica de las redes sociales que actúan como informaciones dañinas que pasan de un usuario a otro, reproduciendo lo que el anterior usuario copió o difundió para así ser divulgado y llegar a miles y miles de usuarios que verán también el mismo contenido.

Hoy en día, ya es todo un fenómeno de Internet, a tal punto que muchas campañas políticas y mundiales, incluso para denunciar abusos o situaciones comprometidas. Es una fuerte herramienta de difusión. Los memes también se han convertido en la nueva moda del momento en las redes sociales, generando contenidos de todo tipo, ya sean ciertas o

⁷ La expresión “linchamiento digital” es una alternativa preferible al anglicismo “*shitstorm*” en el contexto de las redes sociales.

falsas, ya sean de noticias de interés público o simplemente bromas al azar o dedicadas a la burla contra un sujeto.

El humor y la caricatura política originados en los contenidos virales pueden ser usados para fortalecer, construir o expresar los sentimientos más espléndidos, igual que para lastimar, calumniar, o reflejar odio y desprecio utilizando para ello insultos, agresiones a su intimidad personal o familiar, atentando contra su integridad e incluso con adjetivos descalificadores.

La abundancia de memes en la red ha generado una ruptura de valores en las personas, jugando cada vez más por los insultos y las palabras fuertes como medio sarcástico, menoscabando la imagen de personajes públicos y famosos y a personas comunes, pudiendo llegar a formas de ciberacoso.

No todas los memes contienen mensajes humorísticos, sino también mensajes en contra de personalidades (por lo general, políticos) y contra contiendas internacionales, generando movimiento y contenidos en la red, fuertes corrientes de opinión pública, e incluso nuevas versiones de la meme original con respecto al tema.



Imagen 6: Ejemplo de Meme Satírico. (El Correo, 2015)

3.3.2 Uso de las Noticias falsas: "Fake news"

Las *fake news* (noticias falsas), según el diccionario *Collins* y aceptada su versión española (posverdad) por la Real Academia Española, dan configuración a una nueva amenaza global. "Posverdad" fue seleccionado por Oxford en 2016 como la palabra del año, pues refiere a todas aquellas circunstancias donde tienen más peso las emociones y las creencias personales que los hechos objetivos y concretos. Los ejemplos más representativos fueron *Donald Trump* y el *Brexit* (Alonso, 2017).

El término "noticias falsas", que ha popularizado la llegada al poder del presidente de los Estados Unidos, *Donald Trump*, alude a información, fotos o vídeos creados y

difundidos con el propósito de confundir o desinformar, se refiere también a vídeos o imágenes manipulados para mentir o incluso parodias supuestamente inofensivas que acaban pasando por ciertas, creando desconcierto en los espectadores.

Algunas mentiras que en formato de noticia están en las redes sociales son «*El Papa Francisco muestra su apoyo a Donald Trump*». «*El FBI emite una orden de arresto contra Barack Obama*». «*Macron recibe financiación de los Emiratos Árabes*».



Imagen 7: Noticia falsa “El Papa Francisco muestra su apoyo a Donald Trump”. (El País, 2016)

No es nuevo, antes de *Facebook*, estaban los cafés. En el siglo XVII, el pánico se apoderó de la realeza británica porque temían que esos nuevos salones para bebedores se convirtieran en foros de oposición política. En el año 1672, Carlos II emitió un decreto "para restringir la divulgación de noticias falsas" que estaban ayudando "a alimentar las mentes de los buenos súbditos de su majestad de una envidia e insatisfacción universal" , en la actualidad existen auténticos expertos donde cada noticia falsa proyectada por los *trolls* está perfectamente ensayada y planteada de forma astuta por un equipo que definen la política de la preferencia que deben seguir estas noticias, evaluando cada momento donde se difunden y con el objetivo de alcanzar un fin determinado, acelerándose la distribución de la información y socializarse el contenido masivamente (Malik, 2018).

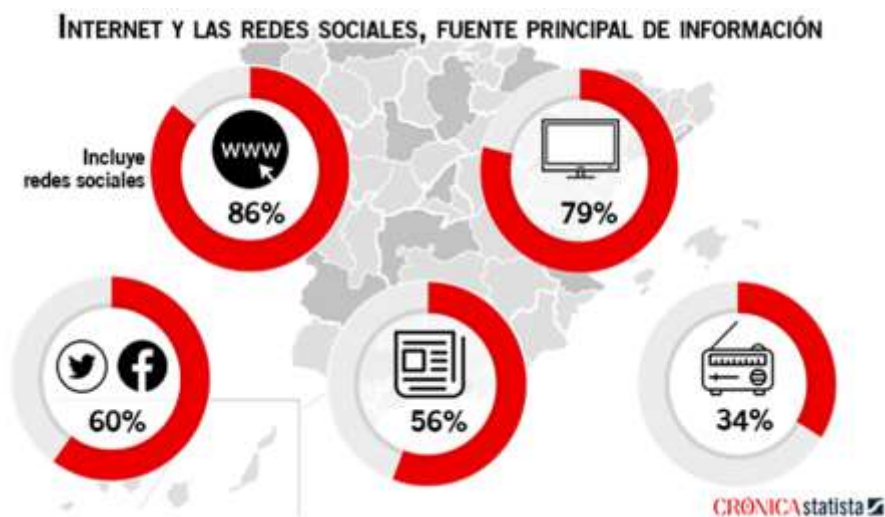


Imagen 8: Comparativa. Fuente principal de información (Mateo, 2016)

Facebook, Twitter, Instagram son las redes sociales más populares de Internet. No existe información presente o novedosa que no esté publicada aquí e incluso hay interesados que se enteran aquí de las noticias diarias antes que en cualquier otro sitio.

Las noticias falsas no son un fenómeno nuevo, pero sí lo es la capacidad con que se pueden reproducirse en las redes sociales, se divulgan más rápidamente que una noticia real y su enmienda o rectificación ocasionalmente se comparte de la misma forma.

Cada día aparecen en la red, noticias falsas, imágenes manipuladas, entre otras que generan declaraciones públicas y que se convierten en viral, el poder de las redes sociales ha puesto en práctica que algunas personas con fines concretos arrojen por los diversos canales de comunicación de internet noticias que son falsas y con claros propósitos de desprestigiar a personas, convertir en víctimas a quien no lo es, o dar por ciertos en general hechos que son absolutamente falsos.

El aumento de noticias falsas adulteran la realidad, ponen en cuestión a políticos, gobiernos o marcas es otro cariz de este fenómeno, que ha impulsado una gran inquietud en países de todo el mundo.

Los contenidos falsos son causados por los mismos usuarios que se hacen pasar por graciosos y al menos por un día consiguen que se conviertan en noticia e incluso los immortalizan en memes que son difundidos a través de las redes sociales hacia miles de usuarios.

A continuación los propios medios de comunicación se hacen eco, aparece la noticia de la divulgación de la información falsa y después la parte afectada niega la información, todo con la simple intención de propagar una noticia que puedan confundir a

miles de usuarios, haciéndoles creer que es verdad, mencionando fuentes prestigiosas o manipulando fotos de tal forma que sean creíbles, se hace una gran bola de nieve cada vez más grande que luego es complicado de desmentir.

El informe, elaborado por Simple Lógica⁸ en colaboración con el grupo de investigación en Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, explica que el 78% de los encuestados de entre 16 y 20 años no supo diferenciar entre una noticia verdadera y una falsa. Mientras, este porcentaje llega al 92% en los mayores de 55 años. De esta manera, aunque el porcentaje sigue siendo bajo, los jóvenes logran distinguir mejor una *fake news* de otra que no lo es.

Es interesante también el dato que apunta que el 4% de la población admite crear y distribuir estos contenidos. De ellos, la amplia mayoría lo hace por pura diversión o porque ignoraban o pensaban que no iban a ocasionar daño alguno. Los ciudadanos deben de ser conscientes sobre lo que leen y saber diferenciar entre lo correcto y lo que no lo es, redes sociales, medios y gobiernos están luchando contra las noticias falsas.

La consultora *Gartner* sostiene en su último informe de 'Predicciones Tecnológicas para el 2018' que en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y que no habrá suficiente capacidad ni material ni tecnológica para eliminarlas.

4. TROLL SUS COMENTARIOS Y EL DAÑO QUE PUEDE HACER

Los *trolls* no tienen un objetivo en común, aunque dentro de sus preferencias están la de trollear especialmente temas de actualidad, si es posible atacando a periodistas, políticos, deportistas, famosos de la prensa rosa, etc. Tratan cada vez más temas y están consiguiendo que, con sus acciones en redes sociales, determinados temas estén logrando una atención que no habrían tenido de otra manera.

⁸ "Informe elaborado por Simple Lógica en colaboración con el grupo de investigación en Psicología de la Universidad Complutense de Madrid <<https://d3vjcw65af87t.cloudfront.net/novacdn/EstudioPescanova.pdf>> [Consulta: 3 de marzo de 2018]

“Cuando Twitter empezó a tener éxito en España, comenzaron a darse gracias en las que el traspies de un famoso congregaba a una multitud de comentarios que se abalanzaba sobre él que se disolvía tan fugazmente como había caído sobre la presa tras disfrutar de un rato de vapuleo entre chanzas, insultos y hashtags” (Salas, 2015).

Los medios de comunicación colocan entre sus las noticias más vistas sobre estos desaciertos que incendiaban las redes sociales.

Pero de un tiempo a esta parte el fenómeno se ha vuelto indiscriminado no importa que sea sobre un político, un personaje popular o una persona anónima.

Un simple pantallazo y publicación de la noticia para que se propague por la red y ya no se pueda borrar.

El humor de una persona, su forma de ser habitual puede cambiar con sólo ver los comentarios negativos o ofensivos que se realizan sobre esa persona. Un *troll* puede ser una persona humorista que intenta bromear con un comentario con los demás, pero ese comentario se puede tornar y convertirse en reacciones negativas e incluso calumnias en cuestiones de segundos.

Podemos denominar como *Flamer* consistente en un mensaje intencionadamente hostil u ofensivo enviado sin ningún resultado beneficioso, para provocar y generar respuestas violentas.

“Un flame—a veces traducido al español como desabogo, puñal o flamaños consiste en un mensaje deliberadamente hostil o insultante enviado sin ningún propósito constructivo;² en consecuencia, flaming (a veces castellanizado como «flamear») es el acto de publicar usualmente en el contexto social de un foro o una lista de correo electrónico, y aquel que los envía, recibe el nombre de flamer. A veces se publican como respuesta a un cebo (en inglés "flamebait"), un mensaje provocativo, pensado especialmente para generar respuestas insultantes”⁹

⁹ “Flamer” [En línea]: <https://es.wikipedia.org/wiki/Flame> [Consulta: 8 de marzo de 2018]

4.1 El ataque a una persona anónima

Un simple twitter de una persona anónima dando su impresión de un tema, una deslíz en una foto, una falta de ortografía, una frase mal redacta o mal escrita o una información falsa sobre esa persona, pueden generar comentarios que pueden provocar un sinfín de mensajes humillantes, que se comparten volviéndose viral, a tal punto que la disputa puede aparecer en los diarios, telediaros, etc.

Los *trolls* por ejemplo, suelen *re-twittear* viejos *tweets* añadiendo comentarios ofensivos que pueden ser crueles para así captar la atención del resto de los usuarios. Al llevar la contraria con insultos pueden llegar a afectar a las opiniones de otras personas, dañar el honor y la reputación de las personas e incluso provocar profundas heridas a nivel psicológico a causa de sus comentarios.

En otras ocasiones, los *trolls* no se limitan a esto y adoptan actitudes más agresivas, que se encuentran tipificadas en el código penal, como la vulneración del derecho a la intimidad y el descubrimiento y revelación de secretos regulado en el artículo 197, cuando se están dando a conocer aspectos íntimos de la víctima que no desea compartir; amenazas y coacciones regulado en los artículos 169 y siguientes.

Una vez captada la atención, se encargan de enredar la conversación hasta que esta decae en un controversia verbal utilizando para ello palabras provocadoras o con la existencias de posibles delitos de amenazas, que pueden afectar gravemente en relaciones personales e incluso profesionales para crear un daño de manera deliberada y que la mayoría de los casos disfrutan haciéndolo.

Pueden llegar a que haga o deje de hacer algo que no quiere; acoso sexual regulado en el artículo 184 del Código penal, cuando se persigue a la víctima con esta finalidad; acoso laboral regulado en el art. 173-1, cuando el *troll* hostiga a la víctima para que abandone su puesto de trabajo; suplantación de identidad artículo 401, cuando el *troll* se hace pasar por la víctima en el ciberespacio para generarle un daño; etc.

Puede ser incluso más grave y es que el *troll* conozca a la víctima, y la víctima al *troll*, pero la víctima no sabe quién es en realidad quien la acosa, su actuación puede responder a una perturbación enfermiza con la intención de causar miedo o dolor o porque está defraudado por cualquier motivo, el acosado/a puede llegar a sufrir daño sobre su prestigio o amenazas sobre su vida.

Un *troll* puede generar un meme que puede ser considerarlo como una sátira o un comentario pero cuando se cruza la línea del humor y la ofensa puede, dañar la autoestima de los usuarios de la red, con consecuencias psicológicas (Rodríguez, 2016).

En poco tiempo, otros personajes responden al comentario con enfoques muy diversos: desde rebatir el comentario con diplomacia utilizando una argumentación, hasta los que se indignan y pasan al ataque contestando insultos y descalificaciones.

Podemos tomar ejemplo de una persona anónima Justine Sacco, se convirtió en el blanco de todo tipo de insultos y amenazas en la red, incluso le supuso la despedida de su trabajo, por lo que ella pesaba que era una broma (de tono racista) sufre según declaraciones de ella misma a diversos medios insomnio, llora amargamente recordando aquello y se lamenta cada día porque siente que ha perdido su identidad.



Imagen 9: Captura de pantalla de una copia del mensaje mandado por Justine Sacco.

"Me voy a África. Espero no coger el Sida. Es broma. ¡Yo soy blanca!".

Sacco, directora de Relaciones Públicas de la editora *LAC*, tenía por hábito hacer comentarios de humor sobre sus muchos viajes en avión, para sus amigos que la seguían en *Twitter*. Pero este mensaje, divulgado antes de ir a visitar a su familia sudafricana de vacaciones, fue re-tuiteado por un columnista de *Gawker* e incendió la red.

Cuando *Sacco* descendió del avión, siete horas después, encontró a gente increpándola por racista, los hoteles se negaban a hospedarla y su propia familia, que había participado en la lucha por los derechos civiles, la instaba a volverse a casa.

"La autoestima y el autoconcepto de la víctima quedan totalmente mermados y destrozados, entre otros, ya que la víctima siente que su dignidad le ha sido arrebatada y la percepción que los otros tienen de ella es profundamente negativa", explica Pilar Vecina, psicóloga experta en Psicopatología infantojuvenil.

Una persona anónima con un desafortunado comentario a fecha 21 de marzo de 2018 presenta aproximadamente 60.900 resultados (0,36 segundos) relacionados con esta persona cuando se consulta en Google.es “Justine Sacco”.



Imagen 10: Captura de pantalla de consulta realizada en Google.es (2018)

El ciberacoso aunque tratan de justificarse en la libertad de expresión que otorga el artículo 20 de la Constitución, rebasan el límite de este derecho que marca el insulto, con lo que se infringe el derecho al honor de la víctima que se encuentra protegido por la Constitución en su artículo 18 y si la ofensa es más grave, incluso podría ser constitutivo de un delito de injurias y calumnias según el artículo 205 y siguientes del código penal.



Imagen 11: Captura de pantalla de un Twitter de la Policía Nacional donde informa de Ciberacoso.

4.2 El ataque a una empresa o marca

En relación a la empresa los comentarios críticos sobre una marca, producto o servicio de los *troll* intentan desprestigiar o desacreditar a la empresa con mensajes o simplemente, mofarse de ellas, utilizando estrategias para atacar a la competencia contra un producto específico.

Los comentarios y opiniones que se escriben en relación a productos son muy valiosos para una marca o empresa e incluso cuando son opiniones negativas, pero hay que tener mucho cuidado ya existen *trolls* que hacen comentarios malvados, calumnias o injurias que pueden llegar a críticas a las marcas, y estos se propagan rápidamente haciendo que todos los ojos estén puestos en ellos.

Los *trolls* son la pesadilla de todo *Community Manager*¹⁰, ya que, dependiendo del grado de sofisticación que tenga pueden ir desde mensajes insultantes a mentiras sutiles, puede ser muy difícil de erradicar.

El daño a la marca puede ser más que grave en estos casos.



Imagen 12: Captura de pantalla de cómo una *Communny Manager* contesta a un posible *troll*.

Por ejemplo imaginemos que una marca de reconocido nombre lanza al mercado una nueva variedad de sus galletas y la publica en su página Web para dar publicidad, un *troll* puede subir una fotografía trucada del nuevo producto que contengan por ejemplo hormigas al abrir dentro del paquete de galletas lo más probable es que al comentario que realice el *troll* se sumen más personas quejándose de la situación producida e incluso quejándose de otros productos de la misma marca y argumentando que le ha ocurrido lo mismo todo ello sin aportar pruebas, en cuestión de minutos existirán miles de comentarios negativos hacia el nuevo producto.

¹⁰ El “*Community Manager*” es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca (Martínez, 2017)

Las valoraciones falsas o la utilización de falsas noticias destruyen la confianza y pueden producir pérdidas de dinero o provocar que clientes dejen de hacer compras, son amenazas que pueden afectar a su imagen o reputación.

El ataque se puede producir tanto a empresas e instituciones ya sea pública o privada.

"Una mala reputación en Internet puede poner en la cuerda floja a un aspirante a un empleo, puede hacer perder un 20% o un 30% de facturación a una empresa o puede sumir a un profesional en el descrédito", relata Francisco Canals, periodista experto en ciberataques.

Toda marca que tenga o quiera tener representación en la web social debe pensar que tarde o temprano se enfrentará a una crisis de comunicación y que afectará a su reputación. No sólo se trata de que la corporación haya hecho las cosas "bien" sino de que hay muchos factores que se escapan del control de los departamentos de marketing o de comunicación.

El objetivo puede ser la venganza por algo que sucedió con el que escribe, en muchos casos y sobre todo en el caso de empresas un empleado despedido o no contratado, una persona a la que se le debe dinero, etc., pueden acabar convirtiéndose en un *troll*.

El *hater* es una persona que ha tenido una experiencia mala con la marca, producto o servicio, que puede tener razones personales, religiosas o políticas para estar en contra de la actividad. Si bien hay varias técnicas para poder salir de la situación, muchas marcas han comenzado hoy en día a darle respuestas a los *trolls* y han logrado revertir totalmente la situación.



Imagen 13: Captura de pantalla del contrataque de la empresa de alimentación Mercadona a un posible *trolls*

También muchas marcas que son acusadas de generar sus propios *trolls* o de contratar *trolls* para dañar la reputación de la competencia o usadas contra ellas mismas para que el público se enganchen a la conversación y se interesen por la marca, como para ir contra otra la competencia, sirva de ejemplo.



Imagen 14: Anuncio de cómo una empresa contrata *trolls* contra la competencia (Ortega, 2013)

“La gigante Samsung ha sido multada en Taiwán por contratar a "trolls" para criticar a HTC en favor de su empresa. Ocurrió sobre todo en diversos foros tecnológicos taiwaneses.”

El plan era llenar los foros de los medios taiwaneses de gente criticando a *HTC* y alabando a *Samsung*.¹¹

Otro ejemplo de las cuentas falsas en *Twitter*, son las creadas por Ikastrolla (España 2013) en el contexto post 15M en España un grupo de usuarios de la red social *Twitter* compuesto por siete personas que actúa de forma anónima para crear suplantaciones de cuentas en esta red social y emitir mensajes confusos.

La acción en la que se suplanta a la empresa *El Corte Inglés* consiste en emitir mensajes públicos desde un perfil falso. Los productos textiles de *El Corte Inglés* así como de otras empresas españolas eran facturados en una planta textil en *Bangladesh* que se hundió y en la que murieron 1.227 personas y 2.800 resultaron heridas.

En este caso el mensaje que se difunden no son para anunciar que la empresa asume la responsabilidad sino para lo contrario, para reafirma que no se hacen responsables

¹¹ Para ver más: <<http://www.htcmania.com/archive/index.php/t-592294.html>>
<<https://www.pcworld.com/article/2034720/taiwans-ftc-investigating-samsung-for-defaming-htc-on-local-online-forums.html>>

del accidente ni de las condiciones laborales de los trabajadores. Los mensajes son exagerados y extremadamente cínicos (Franj, 2015).



Estas dos imágenes están sacadas de un *Frame* del video "The Troll Face" (2013).

4.3 El ataque a una persona famosa.

Los famosos son otro objetivo. Aprovechan para sacar a relucir su frustración disfrazada de odio a través de su perfil online. Tienen como misión la de romper la conversación con los otros fans y montar la bronca. Si hay un famoso o un personaje prominente implicado, su gloria es infinita.

Una persona famosa comparte con sus miles de seguidores de las redes sociales imágenes, cuestiones relacionadas con su profesión o sobre su vida familiar con sus fans, ambos pueden interactuar permitiendo además que el resto de fans pueda seguir el hilo de la conversación que lleven a cabo, es por ello que se exponen todos los días a que el mundo esté pendiente de sus comentarios.

No todos son ventajas, un comentario tonto, una salida de tono o un chiste a destiempo, una declaración sacada de contexto, un error, un comentario sobre su trabajo, el físico, los proyectos la vida sentimental, cada aspecto de su vida puede provocar toda clase de comentarios de halagos en la mayoría de las ocasiones, pero también persecución implacable con hirientes, groseros e inmerecidos comentarios que pueden ser ofensas racistas, sexista e incluso algo más grave como pueden ser mensajes violentos en las redes sociales como pueden ser amenazas de muerte.



Imagen 15: Captura de pantalla de mensajes de Eva Hache a la Policía Nacional y Guardia Civil.

Ante estos mensajes, vertidos desde el perfil de “Pelayo Gil”, Eva Hache interpuso la correspondiente denuncia, que terminó con la detención en Marbella del responsable.

Nada les provoca más placer que ver a un famoso perder los papeles, insultar y dejarse insultar. En caso de deportes son insultos, provocaciones, comentarios con palabras ofensivas en contra de jugadores, directores técnicos, deportistas, equipos, etc.



Imagen 16: Captura de pantalla de correos con el presentador Pedro García Aguado

La avalancha de insultos o amenazas vertidas en las redes sociales promueve cada vez a más famosos a cerrar sus cuentas de forma temporal o definitivamente de *Twitter* o *Instagram*, a las que se culpa de "facilitar el odio" por su pasividad ante este fenómeno. Muchos son atacados por personas obsesionadas con ellos utilizando lo que creen que es

libertad de expresión transformándolo en acoso, injuria o en ocasiones en extorsión. Tomemos un ejemplo donde un *troll* empezó a colgar los números de teléfonos de famosos en la red de *Twitter*, con el resultado de llamadas continuas de acosos de sus fans.



Imagen 17: Captura de pantalla de mensajes donde aparecen teléfonos de famosos de forma camuflada

Como no la difusión de la noticia falsa de la muerte de un famoso provocada por un *troll* en las redes sociales se ha convertido en una moda y un continuo en el día a día de *Twitter*, se difunden de forma inmediata a todos los rincones, creando una oleada de histeria y falsas informaciones, a veces con el uso de perfiles falsos de famosos lo que anuncian la muerte de otro famoso, lo cual tiene un mayor repercusión, erigiéndose como *trending topic* mundial, siendo muy creíbles al ir acompañadas de fotos que pueden llevar a la confusión.

Una vez recibido el falso mensaje, con cariz serio y fiable, sus destinatarios lo reenvían arbitrariamente a nuevos destinatarios. Si ante tanto rumor algún medio de comunicación de prestigio se hace eco de la noticia entonces puede llegar a ser muy dañino. En ocasiones los medios de comunicación han dado la noticia como verdadera por lo que en ocasiones se han visto con la obligación de tener que rectificar de forma apresurada.

Un ejemplo de ello entre muchos, el famoso de la música pop actual *Justin Bieber*, el joven cantante, que además es uno de los más seguidos y venerados e *Twitter*, fue protagonista de un fatídico asesinato. Este famoso, que consiguió su popularidad mediante las redes sociales, la perdió por un momento por el mismo conducto.

La noticia divulgó que murió, víctima de un disparo por parte de uno de sus ayudantes. La noticia se expandió y *Bieber*, que se mostró sarcástico y con sentido del

humor, contestó: “¿Estoy muerto? ¿¡Todavía?!”. La frase “*Murió Justin Bieber*” fue durante varias horas Tendencia en *Twitter*.

Otro ejemplo de muerte falsa en la red lo protagonizó la cantante *Miley Cyrus*, que comentaba en *Twitter* “¿Qué ha pasado esta semana? ¿Estoy embarazada o muerta? Necesitáis ser un poco más creativos”.

Un caso extremo de trolleo, podemos denominarlo *Rip Trolling*: juego de ir a burlarse de los que acaban de perder un ser querido. Una persona es más vulnerable a los comentarios negativos pues son los que más persisten en la cabeza de la persona a la que atacan. Tomemos como ejemplo el fallecimiento “Caso de Bimba Bose”

“Buen viaje Bimba, mi cómplice, mi compañera, mi amor, mi hija querida. Guíame”

Este es el mensaje que realizó el cantante Miguel Bose el cual provocó contestaciones de numerosos *trolls* que fueron aberrantes y vejatorios contra la dignidad de su sobrina.

El anonimato dio pie a que muchos de sus usuarios realizaran comentarios ofensivos en contra de la familia de la modelo y cantante, en su cuenta oficial al escribir el mensaje.

El Código Penal¹² establece, en Título XXI “Delitos contra la Constitución” en el Capítulo IV “De los delitos relativos al ejercicio de los derechos fundamentales y libertades pública”. Sección 1.ª “De los delitos cometidos con ocasión del ejercicio de los derechos fundamentales y de las libertades públicas garantizados por la Constitución” en el artículo 510 que:

Los delitos de Odio. “serán castigados con una pena de prisión de uno a cuatro años y multa de seis a doce meses quienes públicamente fomenten, promuevan o inciten directa o indirectamente al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo, una parte del mismo o contra una persona determinada por razón de su pertenencia a aquél, por motivos racistas, antisemitas u otros referentes a la ideología, religión o creencias, Osituación familiar, la pertenencia de sus miembros a una etnia, raza o nación, su origen

¹² Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal BOE» núm. 281, de 24/11/1995. Entrada en vigor: 24/05/1996 Departamento: Jefatura del Estado Referencia: [BOE-A-1995-25444](https://www.boe.es/boe/BOE-A-1995-25444), última actualización publicada 28 de abril de 2015. [En línea]: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444>> [Consulta: 14 de febrero de 2018]

nacional, su sexo, orientación o identidad sexual, por razones de género, enfermedad o discapacidad”. Y en su apartado tercero, el Código Penal apunta que “las penas previstas en los apartados anteriores se impondrán en su mitad superior cuando los hechos se hubieran llevado a cabo a través de un medio de comunicación social, por medio de internet o mediante el uso de tecnologías de la información, de modo que, aquel se hiciera accesible a un elevado número de personas”.

La acusación falsa del artículo 456, cuando se le imputa a la víctima la comisión de delitos que no ha cometido; o la apología del terrorismo regulado en los artículos 18 y 578, cuando se enaltezca o justifique públicamente este tipo de delitos.



Imagen 18: Captura del mensaje mandado por el cantante Miguel Bosé desde su cuenta oficial de Twitter (Peru21, 2017)

Una oleada de conversaciones sobre la muerte o el desprecio de las víctimas, son tendencias en las redes sociales, provocados por comentarios que son desagradables y casi siempre desafortunados, unos convencidos de lo que dicen, otros por la educación que tienen o simplemente por hacerse el gracioso.



Imagen 19: Captura de pantalla de los mensajes mandados por el cantante Miguel Bosé desde su cuenta oficial de Twitter y que causó el aluvión de comentarios (Peru21, 2017)

La oleada de insultos o amenazas vertidos en las redes sociales promueve cada vez a más personas famosas a cerrar sus cuentas Twitter o Instagram, a las que se atribuye de "facilitar el odio" por su inactividad ante este fenómeno.

5. LOS TROLES EN LA POLÍTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Algunos *trolls* solo quieren un poco de atención, otros arremeten a la clase política o al gobierno de turno, otros han encontrado como ganarse la vida utilizando la manipulación de la opinión pública, considerado como un método antidemocrático, aunque de momento poco se ha podido hacer para combatirla.

Los políticos saben que internet es una de las plataformas más importantes en la actualidad para propagar sus mensajes, de igual manera diferentes sectores políticos y gobiernos usan las herramientas digitales de publicación para controlar a la opinión pública, es muy común encontrar imputaciones descalificadoras entre políticos o grupos de pensamientos opuestos con publicaciones, información viciada o falsa sobre un adversario.

La estrategia enmascarada de comunicación de los partidos políticos, es hacer que sus *trolls* envuelvan la autenticidad de una noticia, o la destruyan si es contraria a sus intereses.

Por supuesto no hay ninguna declaración oficial por parte de ningún grupo político de realizar dicha práctica, nadie se atreve a decirlo de forma manifiesta ya que iría contra la reputación de cualquier partido político, empresa o incluso país pero se emplean a los troles como grupos de usuarios dirigidos aprovechando cada oportunidad para que realicen acciones organizadas cuya finalidad consiste en situar conversaciones o temas a verter en las redes sociales que pueda desencadenar declaraciones incendiarias y provocadoras cuya única intención es sacudir a la sociedad y hacer uso de sus reacciones incluso promoviendo a meter en la urna un voto que no estamos de acuerdo, o desestabilizar políticamente a un país democrático con comentarios manipulando las voluntades y conciencias desde la distancia, manejando información que puede ser cierta o falsa.

En las plataformas, como pueden ser *Facebook* o *Twitter*, en el que unos comentarios pueden llegar a agraviar para siempre una imagen pública, es muy común encontrar acusaciones que resultan descalificadoras entre los que pertenecen a grupos políticos u orientaciones ideológicas distintas.

Las distintas plataformas propician el que aparezcan personas que son objeto de aprobación o de rechazo, con un el objetivo de perturbar o ridiculizar, provocando reacciones emocionales que pueden ser desproporcionadas para una persona o entidad en base a una afirmación materializada que puede ser cierta o no.

Un *troll* pasa a ser una persona que gestiona una o varias cuentas utilizando el anonimato, que es lo que le diferencia con un cibernauta, es decir, una persona que respalda una ideología en las redes sociales con el fin de divulgar noticias, información del partido al que pertenece y que en ocasiones por su comportamiento se puede convertir también en un *troll*.

El *troll* tiene la misión de desinformar y la utilización de rumores como parte de una estrategia de comunicación creada previamente con campañas de rumores destinadas a desacreditar la reputación de un oponente.

En especial en épocas electorales, suscitan desinformación con el único perfil de destrozarse la popularidad del adversario para restar votos o alejar la atención de temas con relevancia. El *Troll* deriva el foco de atención hacia una cuestión que carecía de importancia o era mentira, en ocasión como una cortina de humo, que ayudan a la popularidad de la imagen de un político, exagerando la entereza de un partido o simplemente desviando con temas que tienen poca relevancia para acabar perjudicando la imagen de los rivales consiguiendo quebrantar en ocasiones la reputación del contrincante con críticas excesivas, comentarios sarcásticos, etc.

Al ganarse la confianza y lograr interactuar obtienen la visibilidad y reputación, en ocasiones una sola persona puede manejar 20 o 30 cuentas falsas e incluso hacer que hablen entre ellas para dar veracidad a la discusión.

Podemos observar que en caso de crisis, la aprobación de una Ley controvertida o estropear protestas ya iniciadas o camuflar casos de corrupción, situaciones que pueden llevar a la ruptura de un país o que pueden provocar cambios de corrientes en los procesos electorales, es cuando en estos momentos entran en acción los *trolls*, que puede llegar a sugerir a meter en la urna el voto que no queremos o llegar a desestabilizar políticamente un país democrático simplemente lanzando tweets o mediante falsas noticias.

Hay que considerar que el *trolling* ha pasado de ser un mero gamberrismo “provocar a otros para el entretenimiento de una comunidad virtual” a el placer de destruir por destruir “abusar de otros por goce personal”.

Por lo que en ocasiones pueden buscar fines más concretos, para un *troll* la humillación en sí mismo puede ser más importante que el contenido que está difundiendo o la verdad de sus argumentaciones, como puede ser dejar en mal lugar a un adversario o controlar la discusión.

Consiguen que otros temas pasen desapercibidos, provocando de tal modo que desaparezcan críticas. Termina rompiendo la conversación porque el volumen de las posibles intervenciones de los usuarios hace que se desvirtúe.

Las sociedades muy polarizadas como la argentina, la norteamericana o la española (sobre el tema Cataluña) tienden a favorecer la comunicación de información falsa y los discursos binarios.

Los *trolls* son el vehículo ideal para proveer *fake news*, especialmente cuando se combina con la compra de publicidad para aumentar el alcance de la difusión

5.1 España

La estrategia disfrazada de comunicación de los partidos políticos, es hacer que sus *trolls* arropen la veracidad de una noticia o echar por tierra la misma si es contraria a sus intereses.

En los últimos años, todas las disputas públicas sobre temas importantes han tenido un componente novedoso: el operar de los *trolls* en las redes sociales y medios digitales, encargados de crear cuentas para favorecer a los candidatos, así como acometer a los oponentes.

Podemos considerar la forma más conocida como el acoso, que por lo general es mediante el abuso verbal, discriminando contra los valores, las creencias y la identidad de una persona o grupo.

Atacar de una manera continuada a una persona o un grupo influye en las redes sociales.

“Inmediatamente después de la publicación de los tuits, los informadores son objeto de insultos en Internet por parte de usuarios de redes sociales que habitualmente tuitean contenidos de Podemos, o de bulos que propagan falsedades sobre su trayectoria profesional y personal. Incluso estos periodistas han llegado a ver mensajes con emoticonos que aparecen con una pistola”. Publicado en El País (2017) refiriéndose a los ataques a los periodistas sufridos en la Red, como consecuencia de sus opiniones.

La mayoría de los *trolls* actúan en coordinación con *bots*. “Un *bot*” es un programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de Internet, cuya

ejecución por parte de una persona sería imposible o muy tediosa. Son cuentas que funcionan de forma mecanizada.

Estas no generan contenido propio pero repiten y masifican un mensaje determinado. Suelen ser cuentas nuevas con poca actividad y que se siguen mutuamente.

“El caso de Rita Maestre es sólo un ejemplo de una práctica muy extendida en la política española. Ahora Madrid, acusó el pasado verano al PP regional de usar "decenas de cuentas robot" en Twitter para atacar a la nueva alcaldesa, Manuela Carmena. Reveló casi 60 perfiles robotizados, la mayoría con avatares de mujeres atractivas para captar seguidores. Todas esas cuentas están hoy suspendidas.” publicado en el Mundo (Terraza, 2016).

Casi todos los partidos políticos recurren a cuentas falsas para posicionar sus mensajes en *Twitter* o aumentar su influencia.

Otro ejemplo

“la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, regentada por Lucía Figar, bajo la presidencia de Esperanza Aguirre trata de desprestigiar a la Marea Verde en Defensa de la Educación Pública. El Gobierno de Esperanza Aguirre pagó en 2011 con dinero público la campaña”.

La trama dirigida por Alejandro De Pedro dice, por escrito, cómo:

“enviándoles mensajes cuando nos pregunten, interactuando con ellos, convenciéndolos de que hay una marea de gente que está cansada de estos profesores y sindicatos que no se creen sus mentiras. Para el cliente es importantísimo que se note nuestra labor ahí, junto con la habitual de mencionar a la consejera para mejorar su imagen, cosa que no debemos dejar de hacer”.

A los miembros de la Marea Verde les sobrevino toda suerte de reproches inventados desde que eran unos vagos a que se lucraban con la venta de camisetas. Otro ejemplo es el uso de las noticias falsas, prueba de ello es que miles de personas leyeron que Albert Rivera recuperaría la mili para los 'ninis', que el PP no quería obreros en la universidad o que Podemos pretendía prohibir las procesiones para no ofender a los musulmanes.



Imagen 20: Captura de pantalla de noticia falsa donde se proponía la vuelta al servicio militar por Albert Rivera. (El País, 2017)

Las tres fueron un engaño, pero las tres permanecieron ampliamente difundidas entre las redes sociales de los españoles, hasta el punto de que la de Albert Rivera fue la que más huella tuvo en 2016 sobre él en Facebook generando 269.000 interacciones.

5.1.1 Cataluña



Imagen 21: Noticias publicadas por la red de injerencia rusa (Alandete, 2017).

Los engaños ligados a la jornada de votación del 1-O llevaron incluso a que medios como *The Guardian* se disculparan públicamente por creerse la versión de los cientos de heridos dada por la Generalitat. También se falsearon imágenes de heridos de otras

manifestaciones. La mujer que clamaba haber sido herida en los dedos de la mano tampoco dijo la verdad.

Otro tipo de ciberataques han surgido y son los que se refieren a la manipulación de las voluntades de las personas, incluidos los votantes en países democráticos, aunque desmentido por sus autoridades, se vincula a Rusia como su origen.

La experta del Real Instituto Elcano *Mira Milosevic-Juaristi* (2017), informa de lo que entiende como “Desinformación”¹³ en torno a la crisis de Cataluña, aunque no existen pruebas evidentes del apoyo del Gobierno de Moscú, “todos los indicios” apuntan al necesario respaldo de organismos oficiales en la injerencia en Cataluña, con el fin de “debilitar” a la Unión Europea existe muestra evidencia de que las injerencias en la crisis de Cataluña provienen de empresas cercanas al Gobierno de Putin.

Las noticias falsas tienen un gran impacto al servirse de las redes sociales para hacerse virales su presencia se ha hecho cada vez más evidente en el círculo de la política en muchas partes del mundo, con respecto al tema de Cataluña inundaron las redes sociales en los meses de septiembre y octubre 2017 han sido constatadas que un 50% de los perfiles que difundieron las noticias falsas procedían de servidores rusos y un 30% desde Venezuela.

Rusia aclara como sus principales objetivos según la disciplina militar no destruir al enemigo sino influir en él, utilizar la desinformación: táctica y estratégica. Los dispositivos principales de todo tipo de desinformación rusa son los medios de comunicación como *Sputnik* (agencia estatal de noticias), televisiones nacionales, RT (televisión internacional, antigua *Russia Today*), el periódico *Russia Beyond the Headlines* (que se publica en español para los países hispanohablantes), los ataques cibernéticos y los *Internet trolls*, personas que publican noticias falsas y agresivas en las redes sociales (*Facebook*, *twitter* o páginas *web* fantasma).

La actividades de los rusos en el referéndum ilegal de Cataluña se ha centrado en la transmisión de los mensajes verdaderos y falsos en las redes sociales por *trolls* (perfiles creados online), *bots* (divulgación por procesos automáticos) y *sockpuppets* (perfiles para transmitir noticias falsas).

¹³ La desinformación (*deziformatsiya*) como práctica del régimen ruso diseñada para engañar y desorientar al oponente, influir en sus decisiones y socavar su eficiencia política, económica y militar.

Muchas publicaciones hay sobre *Savushkina*, la fábrica de *trolls* en San Petersburgo de la *Internet Research Agency*, en la que supuestamente trabajan 400 expertos *trolls* cuya función consiste en lanzar noticias falsas en las redes sociales más conocidas provocando con ellos daños y manipulando las emociones de las personas, El perfil de los contratados es el de jóvenes, principalmente mujeres, entre los 25 y 30 años. Frente a una minoría con un perfil político más radical, afín a Putin, la mayoría no tiene ideología y no cuestiona, ni muchas veces entiende, lo que hace.

“Lo más escalofriante es cuando hablas con tus amigos y están repitiendo las mismas cosas que viste en tu argumentarlo, y te das cuenta de que todo eso está teniendo un efecto”, explicaba una *troll* rusa a *The Guardian*.

Se puede probar que la presencia de Cataluña en redes sociales aumentó un 2.000 por ciento en el mes de septiembre y que algunos mensajes fueron retuiteados 60 veces por segundo, hechos que sólo pudieron ser realizados por “*bots*”, programas informáticos que efectúan automáticamente tareas de repetición a través de Internet.

La máquina de difusión de noticias falsas desde Rusia fue analizada por el periódico el País de webs pro-rusas y perfiles de redes sociales con herramienta analítica digital.

“El hashtag #Catalonia generó más de 150.279 *tweets* y *retweets*, y alrededor de 40.000 de esas interacciones vinieron de la cuenta de *Twitter* de *Julian Assange*, mientras que 8.198 *tweets* y *re-tweets* surgieron de la cuenta de *Edward Snowden*”; y “que las cuentas de *Twitter* favorables al *Kremlin* han aumentado en un 2000% sus menciones a la crisis catalana (detectada por la herramienta Hamilton 68), mediante el uso del *hashtag* #Catalan en dichas cuentas”.¹⁴

¹⁴ QUINTANA Yolanda (22 de noviembre de 2017) “*Hackers rusos ,ciberguerra , el conflicto en Cataluña*” CTXT Contexto y Acción N” 144 [En línea]: <http://ctxt.es/es/20171122/Politica/16256/ciberguerra-hackers-rusos-cni-assange-ataques-informaticos-ctxt-quintana.htm> [Consulta: 3 de marzo de 2018]

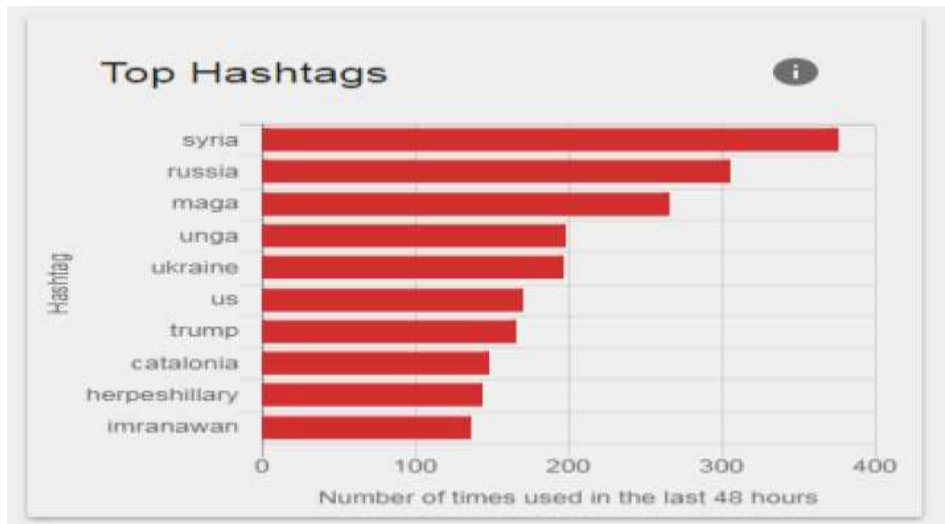


Imagen 22: Número de veces que aparece Cataluña (Alandete, 2017)

Hay otros ejemplos de *webs* pro-rusas que han comenzado a difundir noticias falsas para luego distribuirlas en redes sociales.

Por ejemplo, *Russia News Now*, un portal con apariencia de diario, publicó un enunciado con el titular: “UE: Cataluña puede, Crimea no”. En ella, bajo una foto del Parlamento europeo, se daba a entender que la Unión Europea había dado luz verde a la separación de Cataluña de España, aunque se opusiera a que Crimea rompiera con Ucrania.

De hecho, el texto afirma: “Los habitantes de Cataluña tienen derecho a decidir sobre su futuro de forma democrática, según un comunicado de los diputados del Parlamento europeo”.

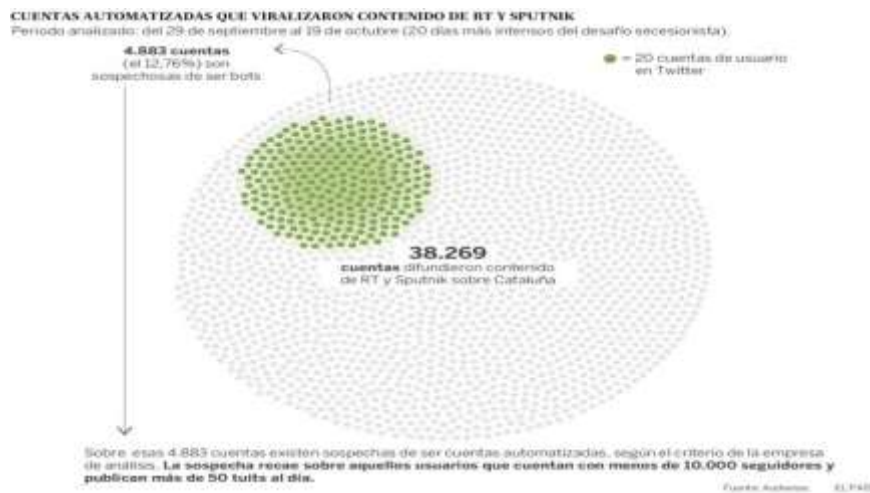


Imagen 23: Cuentas automatizadas que viralizaron contenidos RT y SPUTNIK (Alandete, 2017)

“Las redes rusas efectuaron entre septiembre y octubre un ataque en redes sociales a España con la intención de agravar la crisis catalana y avivar la división por medio de noticias falsas o exageradas, amplificadas con el uso de cuentas automatizadas, conocidas como bots”.

Un análisis de EL PAÍS y la Universidad de *George Washington* exploró cinco millones de mensajes en *Twitter* sobre la crisis catalana, llegando al resultado de que hubo 4.800 *bots* en la órbita rusa programado constantemente informaciones falsas o manipuladas con titulares como “Kosovo llevó a Cataluña”, “Cataluña tendrá un efecto dominó y habrá 45 nuevos países en Europa” o “Doce países apoyan la independencia de Cataluña”.

5.1.2 Ejemplos de noticias falsas sobre Cataluña

Los *trolls* son el medio ideal para proporcionar *fake news* con la utilización de fotomontajes o fotografías que no tienen relación ninguna con Cataluña revelada por la prensa.

Las noticias falsas maliciosas y propaganda falsa que inundan las redes sociales pueden tener implicaciones en el mundo real.

	<p>Imagen 24: Fotomontaje por usuarios de Twitter en el que se muestra a la Guardia Civil confrontándose a votantes que portan una estelada frente a un colegio electoral en la calle.(2017) Captura obtenida de la Web: https://politica.elpais.com/politica/2017/10/01/actualidad/1506885911_363023.html [Consulta: 9 de febrero de 2018]</p>
	<p>Imagen 25: La concejal de Erc, Marta Torrecillas, detalle de un joven herido por los Mossos en 2012, una mujer herida tras caer por unas escaleras. El Mundo (2017) Captura obtenida de: http://www.elmundo.es/cataluna/2017/10/04/59d3fbf0468aeb46538b4604.html [Consulta: 9 de febrero de 2018]</p>

Imagen 25 y 26

5.2 Ciber-ejércitos de troles en otros países

La investigación de Bradshaw (2017) denominada “*Troops, Trolls and Troublemakers: A Global inventory of Organized Social Media Manipulation*”, cuya traducción sería (*Tropas, trolls y armadores de problemas: un inventario global de la manipulación organizada en las redes sociales*) describe un estado de situación mundial sobre el uso que hacen los gobiernos de las redes sociales. Realiza una comparación entre 28 países, que utilizan los *trolls* para manipular la opinión de usuarios en las redes sociales revelando que el plan de acción es más intenso durante periodos electorales.

«un fenómeno organizado, por gobiernos y partidos políticos que dedican recursos importantes al uso de las redes sociales para la manipulación de la opinión pública».

Entre los países encontramos Argentina, Brasil, México, Venezuela, Ecuador, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Israel, China, India, Rusia y Corea del Norte) el informe informa que:

- ❖ Los ciber-ejércitos son un fenómeno generalizado y global.
- ❖ Todos los regímenes autoritarios hacen campañas en redes sociales que apuntan a su propia población, mientras que solo unos pocos apuntan al público extranjero.
- ❖ Casi todas las democracias tienen campañas en redes sociales que apuntan al público extranjero, mientras que las campañas de los partidos políticos apuntan a los votantes locales.

La investigación concluye que "no hay dudas que los usuarios individuales pueden divulgar discursos de odio y troleo a otros usuarios. Desafortunadamente, esto es también un fenómeno organizado, con gobiernos y partidos políticos dedicando recursos significativos al uso de las social media para la manipulación de la opinión pública".

En el estudio mencionado han encontrado evidencias de que existe manipulación de la información de forma deliberada, que afectan a la” libertad de expresión, el desacuerdo político y la estabilidad democrática”.

Figure 1: Organizational density of cyber troops, 2017

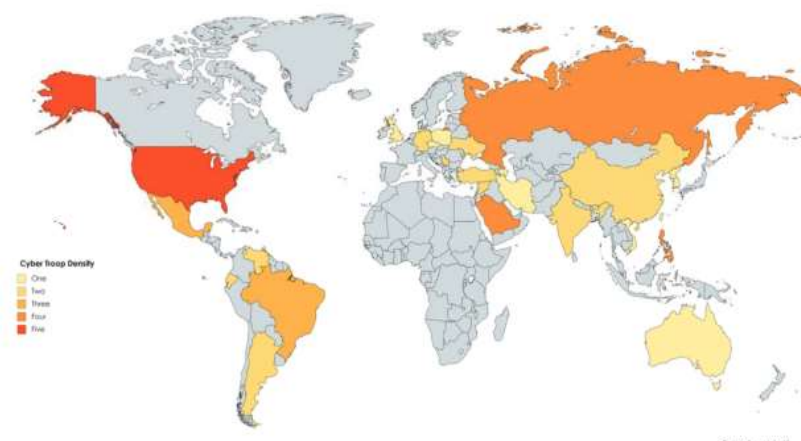


Imagen 26: Densidad organizativa de las tropas cibernéticas (Bradshaw, 2017).

5.2.1 Ejemplo Argentina

“El desencadenante de las acusaciones y desmentidas, desde la semana pasada, fue el agua que inundó las casas de cientos de vecinos en la provincia de Buenos Aires.”

Ante las numerosas críticas que aparecieron en redes como *Twitter* y *Facebook* por la falta de obras hídricas en la provincia donde gobierna el candidato presidencial del FPV Daniel Scioli, el *kirchnerismo* salió a acusar al frente Cambiemos de promover la creación de "50 mil cuentas falsas o inactivas" y advirtió que pondría una denuncia por "difamación" contra el candidato.” (Struminger, 2015)

La forma de actuar en las redes sociales en Argentina consiste en una secuencia de responsabilidades en cuyo origen hay funcionarios pero también cuentas que, identificadas políticamente con el gobierno, no tiene un vínculo formalizado.

Cuando se identifica el objetivo el escarnio se producen ataques en escala donde actúa un número de cuentas anónimas, *bots* y perfiles que se activan, en algunos casos como células dormidas.

¿Cómo funciona *el call center troll*? un equipo de personas se encarga de interactuar en las redes sociales para criticar a opositores o usuarios que hablen en contra y elogiar al Gobierno.

El método utilizado en Argentina combina la acción de cuentas personales de referentes políticos, *trolls*, *bots*, y seguidores regulares, que difunden y reproducen información falsa, sobre todas sus funciones, la principal es tratar de mantener la imagen del presidente en positivo y para ellos emplean toda la fuerza de los *bots* en votar en cada una de las encuestas que aparezcan en las redes sociales y darla vuelta.

Amnistía Internacional denunció que periodistas y defensores de los derechos humanos, en particular su portavoz en Argentina, *Mariela Belski*, fueron blanco de ataques en Twitter a través de acciones coordinadas desde cuentas con información falsa que resultaron amplificadas por referentes oficialistas en esa red social.



Imagen 27: Captura de pantalla de la web Taringa sobre el uso de Bots (<https://www.taringa.net>) [Consulta: 22 de abril de 2018]

5.2.2 Estados Unidos

¿Qué tienen en común la victoria de *Donald Trump* en Estados Unidos o el éxito del Brexit en Reino Unido? En ambos casos se trató de campañas muy monopolizadas y, tras el resultado, se habló del papel de los medios y las plataformas digitales, que habrían intoxicado la campaña e influido de ese modo en el resultado, que en todos los casos resultó inesperado.

Si detrás del *troll* hay un gobierno o una organización, la práctica se llama *Astroturfing*¹⁵ y si el usuario de internet del trol es falso, como suele ocurrir, se dice entonces que es un *sock-puppet*¹⁶. Usado a nivel político, son utilizados para desactivar los efectos de opiniones distintas a las deseadas por alguna institución.

El aumento de noticias falsas en las elecciones norteamericanas de 2016 le permitía a Donald Trump ganar la presidencia, los rumores difundidos por las redes sociales generaron mucho desconcierto en las últimas elecciones. Las manifestaciones sin contrastar

¹⁵ AstroTurf, una marca de césped artificial que aparenta ser real.

¹⁶ Marioneta hecha con un calcetín.

generaron una gran confusión en los ciudadanos, sobre todo en las redes sociales como *Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, YouTube*.

Ejemplo de ellos son los desarrollados en el transcurso del año 2016, donde los usuarios de Facebook mediante las noticias que difundía se enteraron de que el Papa respaldaba a *Donald Trump* (es una noticia falsa), que un operativo demócrata fue asesinado después de aceptar testificar contra *Hillary Clinton* (nunca sucedió dicha noticia falsa), que *Bill Clinton* violó a un joven de 13 años (un invención de noticia falsa) y muchas otras historias de "noticias" totalmente falseadas.

El contenido ruso en *Facebook* que pudo influir en las elecciones estadounidenses de 2016 mediante noticias falsas llegó a 126 millones de usuarios, según publicó el diario *The Washington Post*. Los trolls del *Kremlin* publicaron unas 80.000 entradas en esta red social entre 2015 y 2017 que fueron vistas en un primer momento por 29 millones de estadounidenses. *Facebook*, sin embargo, calcula que entre las veces que la información fue compartida la cifra pudo haber alcanzado a un máximo de 126 millones de usuarios.

El 64% de los encuestados por *Pew Research Center* a principios de diciembre confesó que los bulos en las redes sociales generaron "mucho confusión" en la campaña; el 24% opina que hubo "cierta confusión", y solo uno de cada diez desveló que las noticias falsas no le afectaron en nada. Sea como fuere, la *CIA* asegura que la agencia de inteligencia militar rusa *GRU* usó al grupo de hackers *APT28* para difundir mentiras sobre *Hillary Clinton* para favorecer a *Donald Trump*.

The Independent, publicó que el *Kremlin* pagó a más de mil personas para que creasen noticias falsas sobre *Hillary Clinton* con la intención de que fueran difundidas en los estados que eran clave para la elección y se inclinase a favor de *Donald Trump*. Los estados clave de *Wisconsin, Michigan y Pensilvania*, se redujeron e inesperadamente, a *Donald Trump*.

No solo fue en *Facebook*, usando *Twitter* agentes rusos se hicieron pasar por usuarios para suavizar r los escándalos de *Donald Trump*. Su estrategia consistía en poner el foco en los errores de *Hillary Clinton*, especialmente en el caso de los correos electrónicos.

El análisis *Associated Press News* muestra los pasos seguidos para promover a *Trump*: reacción, desorden y distracción cuando salían a la luz noticias negativas sobre el magnate. En el informe examinaron más de 36.210 *tuits* lanzados entre agosto de 2015 y el 10 de noviembre de 2016. Todos ellos fueron publicados por 382 cuentas dadas de alta en Rusia. *Twitter* reconoció que más de 2.752 cuentas tenían conexión con la *Internet Research Agency* de Rusia (Jiménez, 2017).

Hillary Clinton, también sufrió directamente un rumor absurdo pero posible para millones de estadounidenses. Conocido como ‘*Pizzagate*’, el engaño hacía narración a una red de prostitución pedófila gestionada por la ex primera Dama que se juntaba en una popular pizzería de *Washington D.C.* Posteriormente se demostró que era una especie de teoría de la conspiración construida por una noticia falsa de forma perversa, pues no existía ni el sótano ni la siniestra decorado de los que cientos de internautas proclamaban.

Las consecuencias de la información pudieron ser nefastas, pues *Edgard Maddison Welch*, de 28 años, se llegó armado desde Carolina del Norte a la ‘infame’ pizzería. Pretendía comprobar con sus propios ojos qué pasaba en la trastienda del popular restaurante y, por suerte, nadie salió herido (Benavides, 2017).

Parece que el gobierno ruso compró cientos de miles de dólares en publicidad comprando anuncios en *Facebook*, *Google* y *Twitter*, dirigidos principalmente a posicionar mensajes con los que querían impactar en la opinión pública, en el conflicto social y político existente dentro de los Estados Unidos.

También parecía haber mantenido cuentas de usuario falsas diseñadas para influir en los votantes en los estados clave donde la votación nivela la balanza convirtiéndose en la llave para los resultados finales en las elecciones. Los *trolls* son el vehículo ideal para motorizar *fake news*, especialmente cuando se combina con la compra de publicidad para aumentar el alcance de la difusión.

En una imputación formal en febrero de 2018 el fiscal especial *Robert Mueller* y el Departamento de Justicia aluden al *Internet Research Agency* (IRA), un grupo conectado a los esfuerzos de propaganda rusos en las redes sociales.

Los empleados de la IRA implantaron cuentas de *trolls* y usaron *bots* para promover la riña y propagar el caos político durante la pugna presidencial de 2016¹⁷

Los acusados tenían “*el objetivo estratégico de sembrar discordia en el sistema político de los Estados Unidos, incluida las elecciones presidenciales de 2016*”, señala el texto de la imputación.

¹⁷ se puede consultar el escrito en esta dirección
<<https://www.justice.gov/file/1035477/download>>

5.3 Como intentan combatir el fenómeno de las noticias falsas en otros países de Europa y en España a partir del año 2017-18

5.3.1 Reino Unido

A raíz del referéndum británico de permanencia en la Unión Europea celebrado el 23 de junio de 2016. El Gobierno británico va a poner en marcha una nueva unidad para combatir el fenómeno de las noticias falsas. La “unidad de comunicaciones de seguridad nacional” tendrá entre sus objetivos “combatir la desinformación procedente de Estados y otros actores” y disuadir a aquellos que tratan de utilizar las noticias falsas para influir en los acontecimientos del país.

La cadena pública *BBC* ofrecerá en los colegios, talleres presenciales para ayudar a la gente joven a distinguir las noticias fabricadas de las verdaderas, la *BBC* ofrecerá hasta a mil colegios talleres presenciales, impartidos por prestigiosos periodistas de la casa, y módulos online. James Harding, director de noticias de la corporación, se refirió al programa como “un intento de ir a las escuelas a hablar con los jóvenes y darles el equipamiento necesario para distinguir entre lo que es real y lo que es falso”, publicado en el País (Guimón, 2018).

5.3.2 Francia

Francia presentará antes de fin de año una ley para control en la información y la creación de una ley para combatir el aumento de noticias falsas durante el período electoral. El proyecto obligará a las plataformas de noticias a mostrar mayor transparencia para evitar que “difundan en todo el mundo, en todos los idiomas, mentiras inventadas para manchar un político, una personalidad, una figura pública o a un periodista”.

La ley se presentará y mantendrán vigencia sólo en los períodos electorales, para evitar manipulación de información de los candidatos así como sucedió con el presidente francés durante su campaña en 2017, cuando fue blanco de varios rumores y se difundió en las redes sociales la presunta existencia de una cuenta bancaria en las Bahamas, publicado por medios rusos. *Facebook* identificó 30.000 cuentas falsas asociadas a Francia antes de las elecciones presidenciales del país, dentro de una campaña global contra la desinformación.

La nueva norma permitirá a los jueces y otras autoridades de Francia decretar la supresión del contenido, la eliminación de la cuenta del usuario, responsable de difundir el contenido, o incluso bloquear la página web donde fue difundida la información engañosa.

Las plataformas online tendrán que proporcionar claridad sobre los contenidos, hacer público las identificaciones de los anunciantes y quien las fiscaliza y las fuentes de financiamiento.

5.3.3 Alemania

Alemania con la nueva ley refleja la preocupación por las posibles sugerencias que las noticias falsas y los mensajes de odio puedan tener en las elecciones, por ello quiere atribuir sanciones de hasta 50 millones de euros a las redes sociales que no eliminen contenidos difamatorios o mensajes de odio.

El Gobierno alemán ha aprobado un proyecto de ley para censurar los llamados delitos de odio y las noticias falsas en las redes sociales y apremia a eliminar contenidos a *Facebook, Google y Twitter*, ya que consideran que son un gran peligro para la convivencia firme en una sociedad libre, abierta y democrática.

El 5 de abril de 2017, tras meses de debate nacional sobre la libertad de expresión y los discursos racistas, el Gobierno alemán (Bundeskabinett) adoptó la iniciativa de "Ley para mejorar la aplicación de la legislación en las redes sociales" (*Netzwerkdurchsetzungsgesetz, NetzDG*), conocida como *Ley Fake News*.

Los supervisores o administradores de las redes sociales serán los considerandos responsables de divulgar mensajes de odio o noticias falsas y se podrá imputar hasta 5 millones de euros al personal responsable de la gestión.

Este proyecto de ley acuerda que las publicaciones delictivas deben ser eliminadas o bloqueadas en 24 horas desde que se tenga conocimiento, y en los casos en los que las publicaciones hayan sido denunciadas por motivos debatibles, en el plazo de 7 días.

5.3.4 España

El Gobierno va a "impulsar la elaboración de métodos para determinar la veracidad de las informaciones que circulan por servicios conectados a internet" con acciones para "garantizar" su detección e identificación y un "sellado" de potencial noticia falsa que advierta a los ciudadanos.

Está prevista la creación de un Centro de Operaciones de Seguridad de la Administración General del Estado que permita ofrecer una respuesta "más eficaz" ante las ciberamenazas, se actúa para crear una respuesta que sea rápida y que dilucide lo antes posible los engaños que se generan y que se propagan por la red de forma intensiva.

Por primera vez se introduce en la estrategia de seguridad nacional la amenaza que suponen para España los ciberataques y la difusión de noticias falsas en internet.

La Proposición no de Ley del Grupo Parlamentario Popular en el Congreso presentada el pasado 26 de diciembre de 2017, *“para proteger la identidad digital de los usuarios e impedir la impunidad del anonimato en Internet”*.

Entre las medidas que propone esta Proposición no de Ley, se destacan las siguientes:

1. Determinar cuáles son los mecanismos que permitan proteger la identidad digital del usuario en determinados servicios de la red contra el uso fraudulento de sus datos personales, potenciando la implantación de esos mecanismos en la interacción de personas físicas y jurídicas en internet.

2. Estudiar la necesidad de elaborar un plan integral de seguridad y buenas prácticas en Internet, que incluya la formación de usuarios (particulares, empresas, centros escolares...), con el objeto de evitar las consecuencias negativas de la suplantación de identidad, el acoso en la red y otras amenazas.

3. Acabar definitivamente con la impunidad del anonimato en Internet y modificar las leyes para restringir y limitar el acceso a la red a todos aquellos que las incumplan.

4. Crear protocolos de colaboración eficaces entre las empresas proveedoras de infraestructuras y servicios en Internet y la Administración de Justicia para facilitar la actuación de Jueces, Fiscales y Fuerzas de Seguridad y cumplir las resoluciones judiciales.

5. Arbitrar medidas para que los proveedores de servicio en internet requieran la identificación de los usuarios, mediante su identidad administrativa real, de forma previa a la utilización de dichos servicios.

6. Perseguir las acciones delictivas que se realizan en internet con la misma eficacia y agilidad que fuera de la red.

El 13 de marzo de 2018 Cortes Generales Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados Pleno y Diputación Permanente XII Legislatura Núm. 108 Sesión plenaria núm. 103, Presidencia de la Excm. Sra. D^a Ana María Pastor Julián (Número de expediente 162/000550). Pasaron a votar el texto de las proposiciones no de ley del Grupo Popular en el Congreso, relativa al impulso de las medidas necesarias para garantizar la veracidad de las informaciones que circulan por servicios conectados a internet y evitar injerencias que pongan en peligro la estabilidad institucional en España “BOCG. Congreso de los Diputados-“serie D, número 280 de 12 de enero de 2018, según lo acordado en el curso del

debate quedando rechazada la iniciativa que contó con el voto en contra del PSOE, Unidos Podemos y los partidos nacionalistas, y el apoyo del PP y Ciudadanos.

La Comisión de Defensa propone constituir, un Grupo de Estudio sobre las *fakes news*, el grupo lo formarán exclusivamente los diputados, mientras que los editores serán llamados para que informen. La fórmula es muy similar a las subcomisiones parlamentarias.

5.3.5 Unión Europea.

El *East StratCom Team* (Equipo de Estrategia de Comunicación para el Este) es un equipo que depende del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE) dedicado a la comunicación proactiva de las políticas y actividades de la Unión Europea en Rusia y los países de la Asociación Oriental: Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Georgia, Moldavia y Ucrania. El equipo se creó tras la cumbre del Consejo Europeo del 19 y 20 de marzo de 2015, en la que se reconoció la necesidad de contrarrestar las campañas rusas de desinformación.

La Comisión Europea contra las noticias falsas ha creado un grupo de expertos de alto nivel que planteará opciones para perseguir esta "amenaza contra los valores democráticos".

Este nuevo grupo de expertos, cuenta con más de 40 representantes de redes sociales, medios de comunicación, la sociedad civil o el mundo periodístico y académico, también forman parte del grupo responsables de empresas tecnológicas como Google, Facebook o Twitter, de organizaciones como Reporteros Sin Fronteras, medios de comunicación como *SkyNews* o *EurActiv*, universidades e institutos de periodismo de la *Sorbona*, *Oxford*, *Liubliana* o *Riga* y editores como empresas de información y entretenimiento como *Bertelsmann* o *Mediaset*.

6. CONCLUSIONES

Como ya he destacado el Código Penal tipifica las actuaciones a realizar en caso de que se produzca algunas aptitudes que puedan vulnerar los derechos a la intimidad, injurias y calumnias, etc.... las redes sociales se han convertido en un espacio de impunidad, en un vertedero de barbaridades donde se desean agresiones, violaciones, insultos que rozan la apología del odio pero no han terminado con todos los aspectos problemáticos al respecto.

Mucho de los usuarios de *Intenet* no conocen los límites, no saben hasta dónde pueden llegar los interesados e igualamos comportamientos de otros usuarios como

habituales cuando en realidad, son hechos delictivos. Las amenazas y las coacciones son el segundo delito más conocido en Internet.

En estos últimos meses algunos de los nombres más populares de la Red como *Facebook* y *Google* se trababan contra las noticias falsas. *Snapchat* también está implicada con el contenido de calidad, pero no son medidas suficientes para que los consumidores naveguen con tranquilidad por Internet.

He de reconocer que cuando empecé este trabajo en relación a los *trolls* con la consulta de varias bibliografías, creía que sería fácil de atajar a los diferentes tipos de *trolls* como pueden ser entre otras denominaciones según la diferente literatura encontrada, el *troll* payaso, el *troll* agresivo, el meticuloso, el hacker, el incongruente, el agresivo, la eminencia, etc. se podrían combatir sólo con una serie de recomendaciones que dan los expertos en la materia como puede ser “no alimentar al *troll*”, ignóralo, si suplanta una identidad notificarlo de inmediato a los otros usuarios, bloquear o eliminar los comentarios nocivos y denunciar en caso de que proceda utilizando el Código Penal.

El interés por este fenómeno ha pasado de la mera curiosidad, e incluso simpatía por las prácticas antisistema, a despertar las alarmas de los gobiernos y ciudadanos, especialmente en Europa, el problema es mucho más grave y los *trolls* son los culpables en parte de la propagación de rumores y noticias falsas amparados en la libertad de expresión. Es un tema que no se toca tanto como se debería, considerando la gran frecuencia con la que se da y las consecuencias a la larga que producen como la desestabilización de un país, los *trolls* son una realidad, una entidad cada vez más dañosa y parece no haber forma de combatirlos.

Tiene a mi parecer una difícil solución por el momento, es por ello que se debería de concienciar a los usuarios del poder de influencia de las redes sociales y que no todo lo que se publica en los medios sociales ha pasado por los filtros de la veracidad y de confiabilidad.

Uno de los principales punto que se deberían de integrar por parte de la Administración es incorporar políticas educativas dentro de un plan integral de seguridad y buenas prácticas en internet con la formación de los jóvenes, con la integración de un programa educativo en los colegios para que los alumnos desarrollen habilidades de pensamientos crítico que le permitan detectar falsedades y evitar el acoso en las redes y mostrar las habilidades necesarias para realizar un consumo crítico de la información y sean capaces de identificar y denunciar las noticias falsas y ofrecerles de forma clara pautas y

consejos de seguridad que valgan para eludir estos problemas así como los métodos más adecuados para resolverlos.

Es necesario que se creen unas pautas de ciberseguridad obligatorias, tomando ciertas precauciones a la hora de navegar por Internet o enviar un correo. Esto debería ser casi un objeto de educación obligatoria y publicitarla al público para su uso normal.

Las instituciones del Estado y las empresas deben de poner los medios necesarios para evitar que la desinformación estropee las raíces básicas del sistema democrático como puede ser la Libertad de Expresión, se debería de mejorar y facilitar las herramientas de denuncia, dar una respuesta a denuncias de los usuarios frente a conductas abusivas y concretar normas de usos claras y transparentes así como incorporar herramientas de detección y protección frente a este tipo de prácticas.

Para ello creo que las empresas como *Twitter o Facebook* deberían de solicitar cuando se origine un alta en sus correspondientes plataformas, por parte de cualquier interesado de su identidad real de esa persona, todo ello siempre protegido por la ley que se encuentra en vigor (*Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal*) y que puedan ser reclamados en caso de constituir la investigación en un probable delito por parte jueces, fiscales o Fuerzas de Seguridad, todo ello para garantizar que la persona que cometa un delito sea identificable de una forma rápida, aunque parezca que Internet permite actuar impunemente y bajo el anonimato, lo cierto es que esto es discutible pues todo lo que se hace deja una huella digital como puede ser las IP's, con fecha y hora, orígenes de conexiones electrónicas; direcciones URL's vinculadas al delito, pero hay que agilizar los trámites todo lo más rápido posible.

Hay que buscar modificaciones a la legislación actual que imponga a los usuarios estar identificados para acabar de una forma rápida y efectiva con los acosos, calumnias y chantajes que se destilan en las redes sociales bajo el paraguas del anonimato. Y a las empresas que son encargadas de las redes sociales deben de identificar los usos de *bots* para campañas de difamación automatizada que distorsionan el debate público.

Las unidades de investigación telemática de Policía y Guardia Civil inician una investigación para aclarar si se han producido delitos a través de las redes sociales pese al avance de las últimas reformas legales incluidas sobre esta materia, presenta metas procesales y legales que entorpecen su seguimiento, a nivel internacional se detecta la falta de armonización entre las legislaciones de los diferentes países, que obstaculiza y dificultan la cooperación internacional cuando los hechos investigados tienen su origen en otros

países, para un buen hacer contra estos delitos se debe producir un apoyo tanto económico, personal y material con cursos especializados en la materia.

“La verdad se difunde a paso de tortuga, el rumor se esparce con la velocidad de una liebre”. (Anónimo)

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALANDETE, David (24 de septiembre de 2017) “*La red de injerencia rusa sitúa Cataluña entre sus prioridades para debilitar Europa*” El País. Madrid. [En línea]: <https://politica.elpais.com/politica/2017/09/24/actualidad/1506277954_690596.html> [Consulta: 19 de febrero de 2018]
- ALANDETE, David (25 de septiembre de 2017) “*La maquinaria de injerencias rusa penetra la crisis catalana*” El País. [En línea]: <https://politica.elpais.com/politica/2017/09/22/actualidad/1506101626_670033.html> [Consulta: 29 de enero de 2018]
- ALANDETE, David (31 de diciembre de 2017) “*El Gobierno rebúsa tomar medidas para proteger a España de injerencias*” El País [En línea]: <https://politica.elpais.com/politica/2017/12/30/actualidad/1514658354_256521.html> [Consulta: 3 de febrero de 2018]
- ALONSO, Ana (24 de diciembre de 2017) “*Lo que no pasó en el mundo en 2017*” El Independiente. [En línea]: <<https://www.elindependiente.com/politica/2017/12/24/lo-que-no-paso-en-el-mundo-en-2017/>> [Consulta: 21 de febrero de 2018]
- BENAVIDES, Luis (18 de noviembre de 2017) “*Un comando contra las noticias falsas*” El Periódico. Barcelona. [En línea]: <<https://www.elperiodico.com/es/extra/20171118/maldito-bulo-comando-contra-las-noticias-falsas-6426693>> [Consulta: 22 de febrero de 2018]
- BRADSHAW, Samantha (2017). “*Troops, Troll and Troublemakers: A Global inventory of Organized Social Media Manipulation*” Computational Propaganda research Project. Working paper no. 2017.12 [En línea]: <<http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>> [Consulta: 8 de febrero de 2018]
- BUCKELS, Erin E.; TRAPNELL, Paul D. & PAULHUS Delroy L. (2014), “*Trolls just want to have fun*”, Vol. 67, pp. 97-102. <<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>> [En línea]: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886914000324>> [Consulta: 29 de enero de 2018]
- «Definition of: trolling». PCMAG.COM (Ziff Davis Publishing Holdings Inc.). 2009 [En línea]: <<https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/53181/trolling#>> [Consulta: 26 enero de 2018]
- EL CORREO (2015) “*La campaña política se viste de meme*”. El Correo. Meme nº 11 [En línea] <<http://www.elcorreo.com/fotos/politica/201505/19/campana-politica-viste-meme-3011436693664-mm.html>> [Consulta: 15 marzo de 2018]

- EL PAÍS (18 Enero 2017) “España también tiene noticias falsas” <https://politica.elpais.com/politica/2017/01/27/actualidad/1485523499_326784.html> [Consulta: 21 de marzo de 2018]
- EL PAÍS (17 Noviembre 2016) “Los bulos de las elecciones en EE UU más compartidos” (2016) <https://verne.elpais.com/verne/2016/11/17/articulo/1479386366_405746.html> [Consulta el 20 de marzo de 2018]
- EFE (23 de enero de 2018) “El Gobierno británico creará una unidad para combatir las” noticias falsas” ABC.es. Agencias. [En línea]: <<http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=2719578>> [Consulta: 23 de febrero de 2018]
- EFE (15 de enero de 2018) “La UE acelera su lucha contra las noticias falsas, que “amenazan” la democracia” [En Línea]:<<https://www.efe.com/efe/espana/sociedad/la-ue-acelera-su-lucha-contra-las-noticias-falsas-que-amenazan-democracia/10004-3492436>> [Consultada el 26 de abril de 2018]
- España. Boletín Oficial del Ministerio de Defensa. “Orden Ministerial 10/2013, de 19 de febrero, por la que se crea el Mando Conjunto de Ciberdefensa de las Fuerzas Armadas” Núm. 40 Martes, 26 de febrero de 2013 Sec. I. Pág. 4154. [En línea]: <http://www.emad.mde.es/Galerias/MOPS/novoperaciones/multimedia/documentos/20130226_CIBERDEFENSA.pdf> [Consulta. 5 de marzo de 2018]
- España. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal BOE» núm. 281, de 24/11/1995. Entrada en vigor: 24/05/1996 Departamento: Jefatura del Estado Referencia:BOE-A-1995-25444 [En línea]: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444>> [Consulta: el 14 de febrero de 2018]
- España. Proposición no de ley. Grupo Popular en el Congreso. [En línea] <<http://www.gppopular.es/wp-content/uploads/2017/12/171226.-PnL-para-protger-la-identidad-digital-de-los-usuarios-e-impedir-el-anonimato-en-internet.pdf>> [Consulta: 4 de marzo de 2018]
- FUNDEÚBBVA [En línea]:<<https://www.fundeu.es/recomendacion/linchamiento-digital-mejor-que-shitstorm/>> [Consulta: 25 de enero de 2018]
- FRANJ HERRANZ, Elena Gabriela (2015) “Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación”. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona.
- GONZÁLEZ, Miguel (1 diciembre de 2017) “Las campañas de desinformación, nueva amenaza para la seguridad nacional”. El País. Madrid [En línea] <https://politica.elpais.com/politica/2017/11/30/actualidad/1512066298_815549.html> [Consulta: 19 de febrero de 2018]

- GUIMÓN, Pablo (23 de enero 2018) “*El Gobierno británico crea un organismo para combatir las noticias falsas*” El País. Internacional. Londres. [En línea]: <https://elpais.com/internacional/2018/01/23/actualidad/1516726464_623333.html> [Consulta: 23 de febrero de 2018]
- HARDAKER, Claire. (3 de Agosto de 2013) “*What is turning so many young men into internet trolls?*” The Observer, [En línea]: <<http://www.theguardian.com/media/2013/aug/03/how-to-stop-trolls-social-media/>> [Consulta: 26 de enero de 2018]
- IGLESIA FRAGA, Alberto (26 de marzo de 2017) “*Trolls en Internet; qué son, dónde actúan y cuándo se convierte en delincuentes*” Ticbeat [En línea]: <<http://www.ticbeat.com/socialmedia/trolls-en-internet-que-son-donde-actuan-y-cuando-se-convierten-en-delincuentes/>> [Consulta: 28 de enero de 2018]
- JIMENEZ CANO, Rosa (9 de noviembre de 2017) “*Un ejército de ‘trolls’ de Twitter trabajó para cambiar la percepción sobre Trump*” El País. San Francisco. [En línea] https://elpais.com/internacional/2017/11/09/estados-unidos/1510253572_734570.html [Consulta: 21 de febrero de 2018]
- LÓPEZ BLANCO, Myriam (2007) “*¿Por qué los chicos “buenos” hacen cosas malas?*” Magazine Kindsein.com [En línea]: <<http://www.kindsein.com/es/20/1/466>> [Consulta: 25 de enero de 2018]
- MALIK, Kenan (15 de febrero de 2018) “*Desconfía de los gobiernos que quieren convertirse en guardianes de la verdad*” El Diario.es [En línea]: <http://www.eldiario.es/theguardian/noticias-historia-desconfia-cualquier-guardian_0_739476724.html> [Consulta: 20 de febrero de 2018]
- MARTINEZ, Eduardo (8 de septiembre 2017) “*Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la empresa*” IEBS Redes sociales [En línea]: <<https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>> [Consulta: 18 de marzo de 2018]
- MATEO, Gerard (5 de enero de 2017) “*Las noticias falsas marcarán la política europea en 2017*”. Crónica El Español. [EnLínea]: <https://cronicaglobal.elespanol.com/graficnews/noticias-falsas-marcaran-politica-europea-2017_65966_102.html> [Consulta: 20 de febrero de 2018]
- MATEO, Gerard (29 de noviembre de 2016) “*Las redes sociales y el peligro de consumir información falsa*” Crónica El Español. [En línea]: <https://cronicaglobal.elespanol.com/graficnews/redes-sociales-peligro-consumir-informacion-falsa_64088_102.html> [Consulta: 20 de febrero de 2018]

- MATEO, Juan José (7 de marzo de 2017) *“Insultos por teléfono y una legión de `trolls` en la red”* El País. Madrid [En línea]:
<https://politica.elpais.com/politica/2017/03/06/actualidad/1488829108_462275.html>
[Consulta: 28 de enero de 2018]
- MILOSERVICH-JUARISTI, Mira (20 de enero 2017) *“El Poder de la influencia rusa: la desinformación”*. Real instituto Elcano. [En línea]:
<<https://www.almendron.com/tribuna/el-poder-de-la-influencia-rusa-la-desinformacion/>> [Consulta: 1 de febrero de 2018]
- MILOSERVICH-JUARISTI, Mira (7 de noviembre de 2017). *“La “Combinación”, instrumento de la guerra de la información de Rusia en Cataluña”*. Real Instituto Elcano. Ari 86/2017. [En línea]:<http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari86-2017-milosevichjuaristi-combinacion-instrumento-guerra-informacion-rusia-cataluna> [Consulta: 1 de febrero de 2018]
- ORTEGA José (25 Octubre 2013) *“Multa para Samsung por contratar a "trolls" para criticar a HTC”* [En línea]: <<http://www.alfabetajuega.com/noticia/multa-para-samsung-por-contratar-a-trolls-para-criticar-a-htc-n-30384>> [Consulta: 28 enero de 2018]
- PERU21 (24 Enero 2017). *“Miguel Bosé es víctima de insultos homofóbicos tras la muerte de su sobrina Bimba Bosé”* <<https://peru21.pe/cheka/redes-sociales/miguel-bose-victima-insultos-homofobicos-muerte-sobrina-bimba-bose-62938>> [Consulta: 19 de febrero de 2018]
- RTVE.ES EFE (01 de diciembre de 2017) *“Gobierno incluye las noticias falsas y los ciberataques en la nueva Estrategia de Seguridad Nacional”* [En línea]: <<http://www.rtve.es/noticias/20171201/gobierno-incluye-noticias-falsas-ciberataques-nueva-estrategia-seguridad-nacional/1640805.shtml>> [Consulta: 19 de febrero de 2018]
- SICCARDI, Xiana (29 de enero de 2017)*“Bimba Bosé y el odio: Lo que Twitter muestra de nuestra propia sociedad”* [En línea]:<<https://stosay.com/2017/01/29/bimba-bose-odio-twitter-redes-sociales/>> [Consulta: 8 de febrero de 2018]
- STRUMINGER, Brenda (19 de agosto de 2015)*“Campana sucia en redes sociales: cómo ataca y cuánto cuestan un “ejército de trolls”* La Nación [En línea]: <<http://www.lanacion.com.ar/1820250-campana-sucia-en-redes-sociales-como-ataca-y-cuanto-cuesta-un-ejercito-de-trolls>> [Consulta: 27 de enero de 2018]
- STRUMINGER, Brenda (15 de julio de 2016) *“Ataque de trolls: el Gobierno se despega de las quejas de Tinelli y de la oposición”* La Nación. [En línea]: <<http://www.lanacion.com.ar/1918477-trolls-tinelli>> [Consulta: 30 de enero 2018]

- TERRASA, Rodrigo (10 de marzo de 2016) *“El ‘spam’ político o cómo manipulan los partidos las redes sociales”*. Madrid “El Mundo. [En línea]: <<http://www.elmundo.es/espana/2016/03/10/56d42f14268e3e10648b4660.html>> [Consulta 28 de enero de 2018]
- TORRIJOS, Pedro (2013) *“El troll de internet y la paradoja del anonimato”* Jot Down [En línea]: <<http://www.jotdown.es/2013/03/el-troll-de-internet-y-la-paradoja-del-anonimato/>> [Consulta: 25 de enero de 2018]
- *“Las fake news, una lucha prioritaria en la sociedad”* Soma Comunicación (12 de febrero de 2018) [En línea]: <<http://somacomunicacion.com/las-fake-news-una-lucha-prioritaria-en-la-sociedad/>> [Consulta: 3 de marzo de 2018]

VIDEOS

- Video: *“Los trolls que hacen las redes sociales ‘anti-sociales’* [En línea] <<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/multimedia/los-trolls-que-hacen-las-redes-sociales-anti-sociales-maria-gonzalez/243106>> [Consulta el 15 de marzo de 2018].
- Video: *“Diccionario digital (I): ¿qué es un bot, un troll y las fake news?”* [En línea]: <<http://www.cmmedia.es/noticias/mundo/diccionario-digital-i-que-es-un-bot-un-troll-y-las-fake-news/>> [Consulta el 10 de abril de 2018]
- Video: *“La ‘Fábrica del trolls’: el edificio desde el que Rusia llena de mentiras internet”* [En línea] <https://www.cuatro.com/noticias/Rusia-mentiras-internet-San-Petersburgo_2_2469105269.html> [Consulta el 15 de abril de 2018].
- Video: *“La guerra del siglo XXI se hace a golpe de teclado”* [En línea]: <http://www.abc.es/internacional/abci-granja-trolls-trabaja-24-horas-201711192233_noticia.html> [Consulta el 25 de abril de 2018]
- Video: *“Informe Semanal- La sombra de las redes sociales”* [En línea] <<http://www.rtve.es/alcarta/videos/informe-semanal/informe-semanal-sombra-redes-sociales/4555778/>> [Consulta el 1 de Mayo de 2018]
- Video: LaSexta.com (15 de febrero de 2018) *“Te insultan, te humillan en la red y te amenazan de muerte: así trabajan los ciberacosadores y así podemos pararlos”* Madrid. [En línea] <http://www.lasexta.com/noticias/sociedad/te-insultan-te-humillan-en-la-red-y-te-amenazan-de-muerte-asi-trabajan-los-ciberacosadores-y-asi-podemos-pararlos_2017032758d91aad0cf20f3e1797cde6.html> [Consulta 23 de febrero de 2018]