

LA VENTANA

31 de octubre de 2018

Medios y comunicación

Más que trolls

Cecilia Beatriz Díaz y Cristian Secul Giusti aseguran que atribuir la comunicación troll sólo a un grupo de telemarketers sería desatender a microfascismos políticos y culturales que son parte del electorado y se traducen en expectativas y demandas.

Por Cecilia Beatriz Díaz y Cristian Secul Giusti



“Están ahí, pero no los ves.

Bueno, de eso se trata, están pero no están.

Porque están ahí y van a estar siempre.”

Marcos (Ricardo Darín) en *Nueve reinas*.

El 3 de octubre pasado, el bloque del Frente Renovador (FR) interpeló al Jefe de Gabinete, Marcos Peña, sobre el financiamiento público a los llamados trolls, el conjunto de ejércitos virtuales dedicados a atacar posiciones divergentes. Si bien el trabajo del FR es pormenorizado, vale decir que no configura una novedad. Meses atrás, de hecho, tanto académicos como políticos de la oposición y hasta figuras del espectáculo –Marcelo Tinelli, por ejemplo– dieron cuenta de la relación entre el origen de las cuentas en twitter, su red de interacciones, los mensajes de odio y la propia operación discursiva pregonada por Cambiemos.

LEER MÁS

Las claves para la prevención cardiovascular | [Una combinación innovadora desarrollada en la Argentina](#)

LEER MÁS

Medios de comunicación y democracia: Hora de actuar

Estas revelaciones junto a los escándalos de Cambridge Analytica y los debates en torno a los usos del sistema Big Data, cerraron la posibilidad de la pregunta acerca de la naturaleza de los trolls. Una denominación que en el lenguaje corriente remite a una técnica discursiva en la que se estructura un mensaje con la intención de confundir, irritar y provocar en un espacio de foro, chat o red social. Así, la estrategia consiste en silenciar tópicos críticos y atacar con insultos, burlas o amenazas desde el anonimato de una cuenta de Twitter o un usuario falso de Facebook. En ese

escenario, la sistematicidad y la viralización son claves, y la combinación con imágenes o videos profundizan el esquema de enjambre direccionado. El desarrollo de la estructura troll, entonces, está orientado a reprimir el discurso disidente, azotando a su emisor con insultos e injurias y enmarcado el límite del discurso social en torno a la abolición de los derechos y la exaltación mercantil de lo cotidiano.

Hasta aquí nada parece robustecer la discusión democrática, sino todo lo contrario. Especialmente cuando alcanzan a conformar la propuesta programática de distintos candidatos a presidente en la región y en todo el mundo. Más aún, la idea de atribuir la

reproducción de los microfascismos a estructuras programadas o de call center, soslaya que el discurso es social, histórico y estrictamente, político. No obstante, cuando dejamos de ver máquinas, ejércitos y algoritmos, nos encontramos con lo inesperado: los contactos que conocemos en la vida real se distribuyen y se enuncian como trolls.

Y aquí radica el problema de índole política en la medida que no se comprende que esos microfascismos conforman el modo de ser, pensar y sentir de una porción importante del electorado. A partir de ello, la denuncia de su financiamiento no debe solo enfocarse en los ataques dirigidos, sino en su función habilitadora de prejuicios y tensiones sobre vivir en sociedad.

Si ante la aparición del concepto de los trolls se enfatizaba en la condición del anonimato; en el último tiempo se pueden identificar personalidades públicas dispuestas a ejercer una comunicación troll (Alfredo Casero, Juan Acosta, Baby Etchecopar, entre otros). Es decir, la exposición pública del desprecio ante la otredad a partir de un desarrollo de razones basadas en el llamado sentido común que reprime y castiga a la disidencia. Ante las críticas sobre los efectos de las palabras y la responsabilidad de la comunicación social, estas figuras -trolls en la escena pública- se defienden con el derecho a la expresión, al culto por la democracia y a la construcción de una trayectoria moral y comprometida.

LEER MÁS

La UNLZ organiza una
jornada sobre
comunicación estratégica
| MEDIOS

En suma, se suele atribuir la comunicación troll a un grupo de telemarketers encerrados reproduciendo el odio como plan maquiavélico, pero en las interacciones cotidianas se pueden observar enunciados que se enuncian como tales. Por lo tanto, la

disputa política deberá atender que esos microfascismos son parte del electorado y se traducen en expectativas y demandas. Por ende, los trolls no son solamente máquinas.

* Docente investigadora del Dpto. de Humanidades y Ciencias Sociales, Unlam; profesora de Opinión Pública en UNM. Doctora en Comunicación, UNLP - @cebediaz

** Docente e investigador del Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE). Doctor en Comunicación FPyCS-UNLP - @cristianseculg