



Tuitear, vigilar y castigar

Gabriela Weller

Egresada de la FCC (UNC), Editora de Género SRT UNC
gabriela.weller@gmail.com

[Mariana Moyano. *TROLLS S.A. La industria del odio en internet*. Buenos Aires, Editorial Planeta, 2019, 288 páginas]

Si los odiadores seriales y, en particular, sus presidenciables son criaturas inventadas por los medios, entonces el modelo de la aguja hipodérmica –largamente cuestionado desde distintas perspectivas teóricas–, resulta verdadero. “Creados por los medios y propalados por las redes”, se suele matizar. De ahí a pensar que hay un demiurgo universal que impone el sentido común, apenas un paso.

Es que la explicación conspiranoica es la más tentadora. *Mutatis mutandi*, que La Navaja de *Ockham* le corte las barbas a Platón, para qué darle más vueltas. Sin embargo, Mariana Moyano se mete en la profundidad de la caverna y cuestiona ese principio según el que la solución más simple es la correcta. La periodista, autora de “TROLLS S.A., La industria del odio en internet”, asume que las redes sociales son un problema y no ofrece una solución. Sí, en cambio, realiza una investigación periodística exhaustiva que abreva en lo mejor de la tradición argentina. En sus propias palabras, “sigamos recorriendo juntos el camino de pensar” como una forma de abandonar la “indignación como *engagement*” y estallar las frases hechas sobre el signo de los tiempos, la inmediatez, el frenesí y la locura generalizada.

El solo hecho de pensar el odio como un negocio y la indignación como un compromiso de permanencia en las redes sociales es angustiante. Pero la angustia es una y sólo una de las ideas que atraviesan el texto. De hecho, Moyano es muy activa en las

redes sociales y escribe en primera persona; sabe que hay usos más y menos intensos, que abundan quienes están en las redes para ver qué pasa, que la política se la juega en Twitter y que es posible salirse de casi todas las redes y seguir en WhatsApp o pasarse a Telegram como si no lo fueran. La autora lo deja claro desde las primeras páginas.

El problema de haber estudiado y ahora ser docente de la Facultad de Ciencias Sociales (en la carrera de Ciencias de la Comunicación) es que no me conformo con las explicaciones con moño, listas para entregar. El “no es la red, somos nosotros” me hacía ruido. Empecé el libro pensando eso, pero cada día, cada *paper*, cada entrevista realizada y cada observación participante, me hizo crecer una voz que ya no puedo evitar. (2019, p. 60)

Efectivamente, el presupuesto principal del libro es invertir la preocupación sobre el uso y preguntarse –así se llama uno de los capítulos del libro- “¿Y si son las redes?”. Esto es algo que se suele esquivar, porque la promesa de la democratización de la palabra pública que trajo Internet no ha sido totalmente desterrada. Hay algo que permanece en el uso cotidiano, un yo que escribe/comparte/*megustea* sin conciencia de hasta qué punto se trata, o no, de un acto voluntario y libre porque en las redes se puede decir cualquier cosa, estando en cualquier lugar y a cualquier hora, ¿no? Con la condición de no soltar el celular –algo que, según datos de la Consultora *Sortlist*, entre los y las usuarias en Argentina implica un promedio de 9 horas y 39 minutos al día y un total de 147 días al año (Cronista, 15/02/2022). Aun dadas todas esas condiciones de posibilidad para hacer y decir todo en la red, la frase “decilo vos, que a mí me linchan” resulta extremadamente familiar. ¿Se puede o se debe? Porque “si no estás en las redes no existís” es también un mantra demasiado conocido.

Actos cotidianos como subir a Facebook el microrrelato de un viaje, opinar en Twitter sobre economía, compartir en Instagram una foto o apenas enviar un mensaje, en este libro son complejizados a partir de un desarrollo profundo, con una investigación rigurosa y un lenguaje cercano. Lejos de los *papers*, Moyano escribe en sede periodística. En tiempos de vapuleo constante –no sin razones, claro está- reivindica el periodismo y sus reglas más básicas. Se ríe (y se espanta) ante la irrupción de iniciativas como el *fact checking*. ¿No era esa una de las premisas básicas de la profesión? Era. Pero las redes son, además, una de las principales fuentes de los medios tradicionales. En tal sentido, según el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, el 65% de la población argentina recurre a Facebook como fuente principal de noticias (La Nación, 22/04/2018). Serios problemas de la comunicación y también de la democracia a los que la autora les hinca el diente.

El tono desenfadado que prima en gran parte del libro no disimula el saber acumulado a lo largo de más de treinta años de periodismo, docencia, investigación y



asesoramiento en temas de comunicación. Un conocimiento profundo de este fenómeno que ha irrumpido en la vida cotidiana con un impacto a gran escala y en muy poco tiempo. Un tema difícil, que obliga a un abordaje ecléctico –como superación de eso que llaman interdisciplina- convocando a Freud, a Lacan, a Borges y a las protagonistas de la serie “Grace & Frankie”. También a Luciano Galup, a Foucault y a Deleuze, algo de Umberto Eco, de la película “Matrix” y, por supuesto, de “El Señor de los Anillos”, en exagerada síntesis.

Sin embargo, sobre esos supuestos teóricos o sobreentendidos hay una reflexión original y provocativa. No se trata solamente de hablar de *trolls* –el libro incluye entrevistas con algunos de los personajes que han formado parte de esos ejércitos-, de los *call centers* de los oficialismos y de la oposición, irrumpiendo con temas que arruinan la conversación y que no dan lugar a la argumentación. Algunos con nombre y apellido, arrepentidos de su participación en la generación del odio; otros con seudónimos porque es su trabajo y así lo ven, pero –en cualquier caso-, son seres humanos entrevistados para derrumbar el primer mito: no son ejércitos de *zombies*, no sólo son mensajes automatizados.

Es verdad que la historia del odio coincide con la historia de la humanidad y que la disputa de poder ha sido y es un lugar en el que los discursos de odio se despliegan a sus anchas. Lo que este libro viene a debatir es cómo la Internet y, en particular, las redes sociales corren los límites de lo decible y habilitan la palabra monstruosa, *trollera*, en un espacio público, masivo e hiperconectado. Es más –tal como demuestra Moyano- el odio se convierte en un negocio, porque los odiantes se reconocen entre sí y se organizan, y porque las empresas de la virtualidad necesitan de ese flujo en ascenso constante para el crecimiento imparabile de sus fortunas.

Puede que la naturaleza del odio de quien amparado en la oscuridad de la noche escribió “viva el cáncer” sea la misma de quien tuitea “ojalá te violen”. Lo que era totalmente impredecible –y hoy es aparentemente imparabile- es la vocación destructiva que se potencia en las redes y la organización profesional de la industria del odio. La autora ofrece numerosos ejemplos reales de *posteos* que se ven continuamente en las redes, pero en otro contexto. En la lectura meditada y reflexiva del libro es posible detenerse y pensar; una lectura además deseable, según el propósito explícito de Moyano, que promueve una tarea analítica indispensable. En tal sentido, en una entrevista la autora advierte que “lo peligroso para la democracia es no ver a estos nuevos sujetos políticos, a las redes sociales que nos cambian el humor, porque si no las comprendemos nosotros, seguro alguien sí y ya sabe qué hacer con eso” (Página 12, 14/07/2019).

Citando a su colega José Luis Fernández, autor de “Plataformas mediáticas”, escribe:



... entre el siglo XX y el XXI se dio el pasaje de una ecología mediática donde reinaba el T-REX televisivo a otra donde, si bien el *broadcasting* no desaparece, tiende a perder la centralidad que tenía, y su lugar en la economía de la atención comienza a ser disputado por las nuevas especies interactivas. (Moyano, 2019, p. 321)

Y continúa Moyano para decir que “estas nuevas especies depredadoras se han quedado con el 80% de la torta publicitaria del mundo y con casi toda nuestra atención”. Un dato: en 2018 *Twitter* anunció que daría de baja a 10 millones de cuentas: ¿qué tipo de empresa puede darse semejante lujo? Una muy poderosa, dispuesta a cambiar algo para que nada cambie. ¿Son malas? ¿Mienten? La autora huye a los binarismos en general y de los juicios definitivos sobre las redes en particular. De hecho, sin la interacción que permiten las redes nunca se hubiera instalado el “Dónde está Santiago Maldonado” (con mucho más alcance, incluso saltando la grieta, que el “Quién mató a Nisman”). Pero ese potencial humanista no puede, en ningún caso, dejar de lado el funcionamiento dañino cotidiano y sus consecuencias que van desde la autocensura/autoproscripción hasta la instalación de sentidos comunes incuestionables que no tienen ningún anclaje real, aunque permanezcan en el imaginario social como verdades absolutas.

En las primeras páginas se afirma que “las redes sociales son hoy la plataforma para la vida pública”, pero a medida que avanza se discute la idea de *plataforma*. Si bien importantes teóricos de la comunicación defendieron esta idea –entre ellos, Eliseo Verón, que se negó a considerar a las redes sociales como medios de comunicación-, el desarrollo analítico actual se inclina a pensar las redes sociales como parte del ecosistema mediático, mediadas por la edición como cualquier otro. No obstante, el debate es interesante y en “TROLLS S.A.” también hay letra para pensar la complejidad de la convergencia.

La profundidad del análisis hace que la lectura no discurra fácilmente. La autora lo sabe y, cuando la exposición se vuelve densa, aplica un corte terapéutico, intercala una anécdota familiar o interpela directamente al lector y pide paciencia. Así, Moyano se pasea cómodamente entre los dichos y los hechos de Cristina, de Macri, de Scioli. Analiza el triunfo de Trump, de Bolsonaro y del *Brexit*, pero también los intentos de regulación de las redes en los Estados Unidos, las denuncias judiciales en España y la situación en los países nórdicos. Va desde las más sofisticadas teorías sobre los comportamientos humanos, al desempeño simplón del *troll* argentino, y termina con un *bonus*: cinco preguntas sobre la experiencia en las redes que responden 17 usuarios destacados.

El libro no defrauda, aunque hay al menos dos aspectos que se añoran. Algún ejemplo –al menos uno-, de la particular virulencia de los odiadores contra las feministas

y las reivindicaciones de las mujeres y los colectivos de la diversidad. “Con mis hijos no te metas” y la mentada “ideología de género” se merecen un lugar junto a “se robaron un PBI” o “no son 30.000”. El segundo aspecto es una expresión de deseo: una solicitud de nueva edición, fundada en la hipótesis de que la pandemia vino a cambiarlo todo. Podría concluirse que “TROLLS S.A. La industria del odio en internet” no es un libro apasionante, pero sí una lectura necesaria, indispensable incluso, en la biblioteca de quienes pretenden entender la vida pública actual.

Fuentes consultadas

Cronista (15 de febrero de 2022). Adictos al celular: Argentina es el quinto país del mundo que más lo usa. Disponible en <https://www.cronista.com/infotechnology/online/adictos-al-celular-argentina-es-el-quinto-pais-del-mundo-que-mas-lo-usa/>

Moyano, M. (2019). *TROLLS S.A. La industria del odio en internet*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Página/12 (14 de julio de 2019). Radiografía del odio en las redes sociales. Entrevista. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/205959-radiografia-del-odio-en-las-redes-sociales>

Sametband, R. (22 de abril de 2018). Un estudio mide cómo Facebook influye en la manera en que se informan los argentinos. *La Nación*. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/un-estudio-mide-como-facebook-influye-en-la-manera-en-que-se-informan-los-argentinos-nid2127913/>

