

DECIR LA VERDAD: EL TROLL Y LA PRODUCCIÓN DE LO PÚBLICO

POR ESTEBAN DIPAOLA

Doctor en Ciencias Sociales (UBA). Se desempeña como profesor de Epistemología en la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Es Investigador de CONICET.

Tiempo presente

Un punto de partida inicial para considerar cuestiones sobre los usos de las redes sociales virtuales es definir su correspondencia con las experiencias de lo contemporáneo. Esto significa desapegarse de cierta posición melancólica e idealizada que asegura que en alguna parte del pasado se estaba mejor, se vivía mejor. Las formas sobre las que los individuos trazan sus lazos responden a una historia y una herencia, pero también a las condiciones que organizan el presente. Nuestro tiempo presente está afirmado, es decir, se dice a sí mismo mediante el lenguaje de las visualidades, de lo visible, de las formas de mostrarse. Somos partícipes activos de la experiencia de las imágenes y de las estéticas de la vida.

El pensador Boris Groys en su libro *Volverse público* (2014) interroga este presente de la exposición pública permanente, a partir del planteamiento de un pasaje desde lo ético a lo estético, lo que significa que si en otras épocas la ética organizaba las reglas de una moral civil que aseguraba formas estables del lazo social, en el presente esto se convierte en una serie de disposiciones estéticas que diseñan modalidades de vida siempre inestables y provistas para actos específicos, que normativizan la relación en esa concreta instancia o práctica. Ya no se actúa de la misma manera, según reglas institucionales determinadas que posibilitaron alguna vez la cohesión social, sino que instancias mínimas de cohesión se alcanzan por motivos estéticos que diseñan nuestra vida pública.

En la teoría social contemporánea esta transformación de los modos de vida activa de lo social ha comprendido definiciones que con sus variantes se relacionan: “sociedades del riesgo” para autores como Ulrich Beck (2006) o Anthony Giddens (2008), “culturas híbridas” para Néstor García Canclini (2008), “vida líquida”, según la célebre fórmula del recientemente fallecido Zygmunt Bauman (2005), “situación postsocial”, de acuerdo con Alain Touraine (2013). Cualquiera sea la definición asumida, todos los autores coinciden en el repliegue institucional por retraimiento de las funciones del Estado y advenimiento de la “sociedad postindustrial”, es decir, una sociedad donde la producción

deja de ser la base de crecimiento económico a nivel global, y con ello, de organización de la vida civil, y se pasa a una centralidad del capital financiero. Pero se trata de una financierización global de la economía, implicando flujos inmateriales de dinero y circulación desregulada de mercancías. Esta desregulación de los circuitos económicos mundiales atenta contra las premisas que sustentaban los Estados-nación, pero también –y esto es lo que nos interesa– induce otras formas de inscripción de la vida pública.

Producciones imaginales

En esas modalidades diferentes de vida pública, en contraposición con lo que la perspectiva sociológica clásica argumentaba, puede afirmarse que “la anomia funda lo social” (Maffesoli, 2009), expresando una novedosa dimensión ética que indica que los vínculos se establecen mediante instancias estrictamente emocionales y afectivas, y no sobre la lógica de una regulación racional de las acciones. Esto se debe a que adquiriendo cada vínculo un carácter meramente aportado por la contingencia y volviéndose por esto mismo circunstancial y efímero, las relaciones se expresan sobre un juego de significaciones y desregulaciones permanentes que normativizan instantes, pero no ya proyectos de vida. Es lo que defino en mis investigaciones como “sociedades imaginales”, de acuerdo con el principio de las “producciones imaginales de lo social”¹. Esto es, en las sociedades del tiempo presente los vínculos se adecuan entre sí a partir de la corriente de imágenes que estetizan la vida, de tal manera que las modas, los consumos, el ocio, el entretenimiento y los gustos organizan los diseños de sí que devienen en lo público. Ése es el pasaje de la ética a la estética que mencionamos antes con alusión a Groys, y que señala que las producciones imaginales significan un mundo y una contemporaneidad sobre la cual es necesario reconocer el tejido entre las imágenes y lo social y su carácter indiscernible. La característica de lo contemporáneo es que las imágenes y lo social se expresan sobre sí, haciéndose coalescentes e indiscernibles unas de lo otro: lo que definimos como sociedad es un conjunto de expresiones de imágenes que atribuyen series de significaciones y organizan las estéticas de nuestra vida común.

El retorno de lo reprimido

La vida pública se instituye en nuestro tiempo a partir de un registro permanente de lo íntimo. Por esto mismo, la estética adquiere su preeminencia sobre la ética, pues es importante definir

los modos de diseño que las subjetividades implementarán para administrar sus vínculos. Las redes sociales no son el centro de esto, sino una de sus formas, porque el diseño de la vida, los cuerpos, las sexualidades ha asimilado los aspectos enteros de lo cotidiano. Entonces, una primera indicación es advertir que las redes sociales no son lo otro de lo cotidiano sino una de sus tantas dimensiones: desayunar y postear algo en Facebook o Instagram o twittear son partes de las ocasionalidades propias de la cotidianidad. La cuestión tiende a pensar también sobre lo íntimo: en aquella figura melancólica que figurábamos párrafos antes, también se inserta una idea de que la intimidad se resguardaba y eso era moralmente bueno y mejor que el exhibicionismo presente. Sin embargo, la cultura de la mirada, el principio voyeur de verlo todo condice con un mostrar administrado, es decir, diseñado según las estéticas y significaciones en juego entre los vínculos. Esto expresa, entonces, que lo íntimo lejos de ser lo propio de un sujeto particular más bien indica los modos según los cuales se elige hacer público lo que en apariencia corresponde al ámbito privado. Pero, en verdad, esto existió desde siempre, porque constantemente hubo formas de administrar la vida pública a partir de las expresiones de la intimidad de cada individuo, lo que cambia ahora es el modo en que las imágenes concretan los procedimientos de ficcionalización de esa intimidad. Las redes sociales son el dispositivo más visible de ficcionalización de la vida y, tal vez también, más útil, pero los modos de inscripción de esas ficciones están en todas partes.

Entonces, lo que retorna como lo reprimido es una vida pública que ahora puede estar en cualquier parte y diseminarse indefinidamente. El secreto nunca existió, sin embargo, en otros tiempos contenía maneras de ser racionalizado y domesticado, es decir, ser mantenido en el ámbito doméstico. En el presente el secreto es la forma de vida pública que todos permanentemente hablamos.

Elogio de lo falso

Proponer reflexionar en el aspecto que aquí lo hacemos sobre la vida pública, las imágenes, la intimidad y las redes sociales, como confluente compositivo de estéticas de vida, habilita a interrogar entonces esa afluencia del secreto en su modo invertido: la confesión de decirlo todo, aun por fuera de lo verdadero.

Las redes sociales, en cada una de sus variantes, permiten decir cualquier cosa, habilitan el despojo de significaciones del lenguaje, pero al tiempo las regulan. Las redes sociales tienen sus

propias verdades. Y por esto, creo necesario proponer una hipótesis problemática que nos posibilite cuestionar, incluso, nuestras percepciones inmediatas. Esta hipótesis afirmarí que los denominados, en el dominio de las redes sociales virtuales, trolls dicen la verdad. Dicho de manera invertida: un troll nunca miente.

Se puede fundamentar el argumento en el paso previo, cuando admitimos que las redes sociales abren el campo de significaciones habilitando a decir cualquier cosa, puesto que en ese ejercicio se revela la destitución misma de lo verdadero. A su vez, si no existen convenciones acerca de lo verdadero en cualquier relación social, esa misma relación se encontraría con dificultades de consolidarse. Es decir, una reglamentación hermenéutica que indique modos comunes de la verdad parece necesaria para el establecimiento de una comunidad.

Sin embargo, la condición de una verdad también es un registro de regulación arbitraria. Bastaría corroborar la existencia de sociedades convivientes a partir de la mentira para admitir la presencia en aquello de un inconveniente. Existen tales corroboraciones a lo largo de la historia y en la vida cotidiana misma, matrimonios que renuevan sus votos contractuales en orden de la mentira, por ejemplo. De lo que se trata es de consagrar la mentira como valor de verdad, y, más precisamente, de evitar evaluar lo verdadero de acuerdo con reglas morales, es decir, que lo bueno es verdad y lo malo es mentira.

Entonces, lo que me interesa reflexionar acerca de la incidencia del troll es que si consignamos a éste de acuerdo a valores morales preestablecidos perderemos ricas maneras de comprender sus modos de intervenir y de producir sentidos en lo cotidiano. Denunciar moralmente al troll como un mentiroso es negar la comunidad de sentido que sus intervenciones generan.

La dinámica de trolleo, por ser masiva, tiene consigo la disposición del ataque con la pretensión de producir significaciones que se confirmen como virales en la circulación de Internet y que, por esto mismo, invadan la vida cotidiana. El troll es, así, un certero productor de imaginalidades, es decir, de imágenes que producen algo en la vida social y configuran experiencias de lo cotidiano. De este modo, no se trata de la valoración moral de la verdad o la mentira, sino de las producciones de vínculos que propician. Cuando un troll interviene, cualquiera sea la idea que haya sido expresada en la virtualidad de una red social, lo que afirma se vincula con lo real como algo falso. Su virtud es que jamás suscribió a una pretensión de verdad, pero desde el momento en que se hizo posible el vínculo entre lo real y lo falso, lo falso pasa a convertirse en real.

Dicho de otra manera, el punto de partida de un troll es el reconocimiento de que su posición es completamente falsa, pero que, a la vez, lo falso no carece de significado ni de sentido: una idea falsa sobre la realidad puede, de todos modos, hacer sentido con la realidad. Entonces, con ese reconocimiento establecido, el troll promueve significaciones sobre lo real que él mismo entiende como falsas, aunque de lo que se trata es que *hagan imágenes de nuestra realidad*.

Cuando nos introducíamos en las primeras definiciones de este artículo, exponíamos que las características de las sociedades contemporáneas se determinan por el curso de sus imágenes y sus diseños, esto es, por la pluralidad de sus sentidos y la multiplicidad de relatos que atraviesan a la vida social y cotidiana en su pasaje de lo ético a lo estético. Precisamente, esa adecuación entre realidad y falsedad que un troll alcanza tiene como condición aquellas transformaciones de la vida social. En sociedades experimentadas desde percepciones afectivas, emocionales, imaginales, la afluencia de falsedades que promuevan vínculos y sentidos de pertenencia comunitaria es proclive a constituirse en una forma de lo común.

En estos aspectos, los trolls son productores y reguladores activos de vida cotidiana porque proponen maneras de entender las cosas de la vida; al intervenir sobre los circuitos cotidianos de información y redefinir composiciones de esa información y estrategias de comprensión de las mismas, afectan nuestros recursos de interpretación. Por eso, un troll no propone que lo suyo es más verdadero que alguna otra información o imagen de lo cotidiano, sino que su propósito es ligar lo falso con lo real y, con esto, proponer la participación interpretativa de una comunidad sobre una realidad falsa, que, sabemos esto desde hace tiempo, no por ello es menos verdadera.

Sociedades de *control*

Hace más de 20 años, Gilles Deleuze propuso reflexionar acerca del estatuto de las “sociedades disciplinarias” conceptualizadas por Michel Foucault y evaluar, así, el pasaje a las “sociedades de control” (1995). Estas sociedades de control se vinculaban con mejor precisión a las condiciones de vida del capitalismo contemporáneo de carácter preeminentemente financiero. Porque se trata de sociedades de control de los flujos y de las imágenes, son sociedades en las que el marketing lo promueve y produce todo. En las sociedades de control no se adquiere algo por necesidad, sino por regulación del goce, los deseos y los placeres. Y la característica esencial es que el control es a corto plazo y de carácter rotativo, porque el marketing requiere su readecuación

permanente. Estas sociedades de control que vislumbró Deleuze revelan el pliegue entre lo real y lo falso. Y con ello es posible argumentar que ese pliegue culmina efectivamente en las modalidades de intervención de los trolls para redefinir las interpretaciones de ficciones comunes.

Una manera provisoria de reflexionar acerca de este punto es con una noción de “*sociedades de control*”, porque en esa modalidad de intersección de lo falso con lo real, las posiciones *trolls controllean* los sentidos de lo que debatimos y exponemos públicamente. Permanentemente se disponen estrategias de comprensión y disenso sobre la realidad cotidiana y política en torno a los trolleos masivos, pero las posiciones políticas en contrario se preocupan por la desmentida, efectuando así una intervención plausible a la actitud troll, porque admite, entonces, lo falso de lo real. Un modo de intervenir ante el *control* debe ser consagrar otro reparto de los sentidos que permita desatar el nudo de lo falso y lo real, esto significa componer estrategias de interpretación de lo cotidiano que no prescindan de sus afirmaciones estéticas y ficcionales pero que, al tiempo, contribuyan a desplegar otras narrativas de las experiencias comunes de una sociedad.

Las sociedades de *control*, en este aspecto, son promotoras y productoras de las imágenes de nuestras realidades cotidianas, y consignan a lo falso como una forma de lo verdadero. El troll, entonces, es un dispositivo, una lógica de marketing, aquello que te dice siempre la verdad, porque la única verdad es la realidad cuyos sentidos somos capaces de producir.

Nota

¹ La temática de las “producciones imaginales de lo social” es parte central de mis investigaciones científicas en el marco de los financiamientos de AGENCIA-FONCYT a través de sus líneas PICT. El último proyecto de investigación en curso se tituló: “Producciones imaginales: cruces entre lo social y lo visual en las subjetividades contemporáneas”. Actualmente se continúa avanzando en estas indagaciones con un equipo constituido entre becarios y tesisistas.

Referencias bibliográficas

Bauman, Z. (2005). *Vida líquida*. Barcelona, Paidós.

Beck, U. (2006). *Las sociedades del riesgo*. Barcelona, Paidós.

Deleuze, G. (1995). “Poscriptum sobre las sociedades de control”. En *Conversaciones*. Valencia, Pre-Textos.

García Canclini, N. (2008). *Culturas híbridas*. Buenos Aires, Paidós.

Giddens, A. (2008). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, Alianza.

Groys, B. (2014). *Volverse público*. Buenos Aires, Caja negra.

Maffesoli, M. (2009). *El reencantamiento del mundo*. Buenos Aires, Dedalus.

Touraine, A. (2013). *Después de la crisis*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.