

© Xavier Gamboa 2009
U of Western Ontario



Hacia el desengaño de las redes sociales en línea: ¿es Facebook la *Matrix* neobarroca invisible del milenio?

Xavier Gamboa, BA, MA, Ph.D. Candidate

¡Muy buenas tardes estimados profesores/profesoras y
colegas de posgrado!

Quiero empezar agradeciendo la invitación que me han hecho para hablar ante ustedes y exponerles mi punto de vista acerca de la emergencia neobarroca en nuestra cultura digital global en donde Facebook--el rey de las redes sociales--así como el artefacto neobarroco más exitoso de la red 2.0, enfatiza el entretenimiento, consumo y ocio de actividades culturales que ofuscan contenidos ontológicos--es decir, la manera cómo se concibe al ser y la verdad--a favor de un iconocentrismo, comunicación y apariencias virtuales.

Cabe preguntarse entonces, ¿tiene el neobarroco digital hoy en día antecedentes o paralelos en el Barroco histórico?

Pues la primera aserción sobre la atribución barroca de nuestra era la encontramos en la obra de Guy Debord--La sociedad del espectáculo (1967)--en donde se afirma que el siglo XX es la fase final del barroco, en la cual, el control y la regulación de imágenes y comunicaciones--logrado por medio de las nuevas tecnologías--ha llegado a ser absoluto. Por lo tanto, a través de imágenes y comunicaciones, el poder político construye la opinión pública, conciencia e imaginario social, en definitiva; como concuerda igualmente el ciberculturista y sociólogo español Carlos Soldevilla en su artículo "Los efectos perversos de la comunicación" para referirse a nuestra situación actual en esta era del ciberespacio--treinta años después de Debord.

Pero también cabe subrayar que fue el gran intelectual José Antonio Maravall el que reconoce que en la cultura del Barroco histórico florecen las estrategias de comunicación masiva, cuyo contenido no consistía en una mera transmisión de mensajes culturales sino más bien en un programa estratégico de creación de estímulos sensoriales generados artificialmente a través de la imagen y de su comunicación espectacular y cuya función era: distraer, aturdir, y manipular la opinión pública y la conducta colectiva por medio de los potentes recursos estéticos--subrayando la extremosidad, lo ampuloso--donde no interesa tanto la claridad sino lo aparente, lo alusivo, la visión más difusa y decorativa. ¿Su propósito? Tener un efecto dirigido a la conquista de las opiniones, las actitudes y los comportamientos colectivos. Por lo tanto, la cultura del barroco que Maravall describe, se preocupó particularmente por el moldeamiento de los contenidos de fondo para enfatizar la espectacularización de las cuestiones crematísticas, icónicas y comunicativas.

Por eso, basándonos en el argumento de Debord, hemos de concordar que la primordial cultura barroca de la comunicación ha quedado sobrepasada especialmente hoy--en la era informática--donde en vez de ser el público audiencia del espectáculo, se ha convertido simultáneamente en un productor y recipiente del

espectáculo sutil del neobarroco de la red 2.0--especialmente en los sitios de redes sociales.

¿Por qué creo que Facebook es una Matrix invisible neobarroca?

Pues porque después de analizar y pensar críticamente acerca de los mecanismos invisibles detrás de Facebook, he inferido y concordado no sólo con ciberculturistas como el profesor Alejandro Piscitelli y el periodista investigador británico que desenmascaró el resto del trío directivo de Facebook y las implicaciones de las conexiones que financian a esta exitosa compañía--con un apetito insaciable de expandirse globalmente que discutiré más adelante.

Pero también, he concordado con la observación del profesor de derecho estadounidense Richard Sherwin--un proponente de la nueva era neobarroca después de los ataques del once de septiembre--que nuestra sociedad tiende a ocultar al titiritero y a los hilos que la manipulan. Y que cuando nos sumergimos en un mundo virtual, como en Facebook, nos sumergimos dentro de un sueño virtual impulsado por ceros y unos de un programa digital, pero con un gran objetivo político y de control social sutil-- como argumenta Maravall en su estudio.

¿Existe esta Matrix invisible?

Primero, quisiera preguntarles, ¿trabajarían gratis para alguien como Bill Gates o la compañía que fundó? ¿Por qué no? Es simpático el señor.

Si el Barroco histórico ha sido categorizado como un arte de persuasión--el neobarroco de Facebook ha evolucionado en un arte y artefacto neobarroco de superpersuasión. De hecho, el competidor más cercano de Facebook--después de haber sido destronado por Facebook--MySpace--pagó a traductores para expandirse globalmente. En cambio, Facebook, a la hora de expandirse en el mercado de la lengua hispana, ¿Cuánto creen que pagó? ¡Absolutamente nada! Ya que sus usuarios bilingües trabajaron voluntariamente para esta compañía de riqueza 500 (*Fortune 500*) como lo ilustró la revista digital sobre tecnología y sociedad Soitu.es (la versión hispana de *Wired Magazine*).

Y esto no es todo; en esta misma revista en donde colaboran catedráticos de varias universidades españolas--como la Complutense y Rey Juan Carlos--tiene titulares como "Facebook te delata," advirtiéndole que Facebook está en el negocio de vender y hacer lucro de la información y creencias políticas del usuario aunque este se perjudique. De hecho, el propio departamento del Comisionario de Privacidad de Canadá ha advertido que sitios de redes sociales, como Facebook, no sólo les interesa monitorear

el lado íntimo y consumidor de los usuarios pero también sus afiliaciones políticas.

En fin, la comunicación es la columna vertebral del nuevo modo de construcción social de la realidad digital y virtual de nuestro tiempo, en donde Facebook ha tomado el liderazgo, no sólo en las redes sociales, sino que también ha dejado atrás al correo electrónico de la red 1.0, de acuerdo al reciente estudio de *Nielsen Online*, compañía especializada en la medición y análisis de audiencias en la red. ¿Qué nos dice esto de nuestra sociedad?

Que la era digital ha desarrollado un mundo neobarroco de apariencias en el que el pensamiento reflexivo cede ante el impulso de la impercepción sensorial y la incesante variabilidad estimular que nos dibuja una confusa realidad inválida por la imagen y las comunicaciones de la sociedad en red, o mejor dicho, en la sociedad de la Matrix visible e invisible a la vez. Por lo tanto, fomentando una lógica neobarroca del exceso de información, comunicación, imágenes, mercantilización e incluso un individualismo que es sutilmente dirigido. Por eso, concuerdo con las palabras de Maravall cuando dice: "Pero por debajo se halla un fuerte principio de unidad y subordinación." De hecho, Facebook se apodera sutilmente de toda la información de los usuarios [lean cuidadosamente los términos de uso].

Finalmente, para concluir con una nota positiva, cabe recalcar el florecimiento por el interés de analizar nuestra sociedad digital contemporánea desde un panorama barroco y neobarroco a nivel global--desde Argentina, por el ciberculturista y catedrático Alejandro Piscitelli, director del proyecto de estudio de Facebook en la Universidad de Buenos Aires y autor de "Neobarroco, cyberpunks y la nueva frontera electrónica," que desde su blog comparte un enlace al artículo "Las dos caras de Facebook: espías en red," en donde se alaga al periodista británico Tom Hodgkinson por desenmascarar no sólo a los dos miembros de del trío de la mesa directiva de Facebook sino también a sus conexiones con compañías de capital de riesgo--como INQTEL--creadas y subsidiadas por el servicio de inteligencia de la última superpotencia mundial. Y recuerden, "el que paga al gaitero escoge la melodía."

En fin, mientras otros tipos de críticos acusan a este sistema de redes sociales--dominado por Facebook--de ser orwelliano, yo concuerdo en no estar de acuerdo con esta posición porque, como en la famosa escena de Morpheus y Neo, siempre podemos escoger entre la ilusión azul o el desengaño rojo. O como diría el práctico filósofo barroco Baltasar Gracián: "A quien compartas tus secretos te harás su esclavo."

Y desde ya, ¡les agradezco su amable atención!



Si hacen clic en la siguiente foto serán trasladados a un video en línea del Comisionario de Privacidad de Canadá en inglés (en francés clic [aquí](#) por favor) donde podrán “ver” la invisible red compleja de información generada en sitios de redes sociales; también hay útiles sugerencias para tener en cuenta al usar esos sitios--especialmente el rey de estos.



Libre albedrío