

GUADALUPE LÓPEZ
CLARA CIUFFOLI

Facebook es el mensaje

Oralidad, escritura y después

Prólogo **Alejandro Piscitelli**

lcrj' futuribles

Índice

| | |
|-----------------------|---|
| Agradecimientos | 7 |
|-----------------------|---|

Fenomenologías del presente

| | |
|-----------------------------------|---|
| <i>Alejandro Piscitelli</i> | 9 |
|-----------------------------------|---|

| | |
|---------------------------|----|
| Introducción | 19 |
|---------------------------|----|

| | |
|---|----|
| Capítulo 1. El mutante digital | 25 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| Facebookland: el tamaño de la red | 26 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| <i>Mutatis mutandi</i> . Breve historia de Facebook..... | 27 |
|--|----|

| | |
|--------------------------|----|
| El mutante digital | 36 |
|--------------------------|----|

| | |
|--|----|
| Explicando lo inexplicable. ¿Facebook no es una red social?..... | 37 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Expansión <i>vs.</i> privacidad. Una cuestión de larga data | 41 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| Capítulo 2. El sistema operativo de la red | 47 |
|---|----|

| | |
|---------------------------|----|
| Un medio convergente..... | 48 |
|---------------------------|----|

| | |
|----------------------------------|----|
| La metamorfosis de Facebook..... | 50 |
|----------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| Del “ <i>geekland</i> ” al “ <i>mainland</i> ” | 51 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Puentes de familiaridad: continuidad y ruptura con medios anteriores | 54 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| The Facebook.com, la red social que se superó a sí misma | 54 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| Facebook, una plataforma de publicación personal | 56 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| Del “autor” al “yo” que comunica | 58 |
|--|----|

| | |
|-------------------------------------|----|
| El sistema operativo de la red..... | 71 |
|-------------------------------------|----|

| | |
|--|-----|
| Capítulo 3. Las lecciones que Facebook nos dejó | 75 |
| Las leyes naturales de Facebook | 76 |
| Metáforas de publicación | 84 |
| Metáforas de conexión..... | 85 |
| | |
| Capítulo 4. La vuelta al origen: nuevas y viejas formas de comunicarnos | 93 |
| ¿Nada nuevo bajo el sol?..... | 93 |
| El lugar..... | 94 |
| Los actores..... | 97 |
| La conversación..... | 100 |
| El tiempo..... | 104 |
| ¿La retribalización de la cultura? | 108 |
| | |
| Capítulo 5. Esperar lo inesperado | 111 |
| Contenidos sociales a la carta | 112 |
| El gran bazar social | 114 |
| Un termómetro social | 115 |
| Un aula virtual | 117 |
| La “facebookización” de la red | 118 |
| ¿Y si mañana no hay Facebook?..... | 119 |
| | |
| Bibliografía..... | 121 |

El libro

El libro consta de 5 capítulos. El primero está centrado en la naturaleza mutante de Facebook y se ocupa de mostrar cómo evolucionó la plataforma desde sus inicios como una red social para unos pocos estudiantes universitarios, hasta convertirse en un medio digital que integra herramientas, audiencias y prácticas web que la precedieron. Cuáles fueron las tensiones que acumuló la red en este camino que recorre su pasado y presente.

El segundo capítulo, está dedicado a reconstruir el camino por el cual Facebook se integró al proceso de transformación de la web y los medios digitales, popularmente conocido como Web 2.0. Qué elementos y características recuperó, adoptó y transformó, de las redes sociales, de los blogs y otros espacios de conversación que estaban presentes en Internet.

El tercer capítulo intenta responder a la pregunta por la especificidad de las formas de comunicación presentes en Facebook. ¿Qué estrategias comunicacionales allanaron el camino para que en Facebook puedan participar públicos tan variados y con diferencias generacionales y cognitivas tan importantes? Revisamos la propuesta de Facebook como medio y entorno de interacción, poniendo especial atención en su interfaz, y la arquitectura de la participación, y buscamos delinear qué prácticas comunicacionales posibilita y cuáles restringe. ¿Sobre qué metáforas de participación y conexión se asienta Facebook para poder hacer participar de esta inmersión al diez por ciento de la población del mundo?

El cuarto capítulo está dedicado a pensar a Facebook en un esquema de evolución de los medios de comunicación más amplio. Buscamos vínculos entre las formas de comunicación en Facebook y prácticas que se han dado en otras etapas de la historia, desde las culturas orales primarias hasta la imprenta y los medios masivos de

comunicación. ¿Cuál es la concepción del espacio y del tiempo que se asienta sobre Facebook? ¿Qué formas de comunicación previas a la imprenta recupera Facebook? Trabajamos en especial las *formas de comunicación* más próximas a las culturas orales, donde se revaloriza lo subjetivo-identitario, lo gestual, lo corporal, y se debilitan los valores paradigmáticos de la *era Gutenberg* como la objetividad de la escritura, la distancia de la publicación, la neutralidad, inmutabilidad y la permanencia de lo impreso.

El libro tiene su origen en nuestra tesina de grado, que constituye a la vez el producto del trabajo que venimos realizando en la cátedra de Introducción a la informática, la telemática y el procesamiento de datos, bajo la titularidad de Alejandro Piscitelli en la Universidad de Buenos Aires, en el marco de la cual realizamos el Proyecto Facebook.² También, está imbuido de charlas y reflexiones que tenemos a diario con amigos y colegas que usan la red.

Por último, en el quinto capítulo esperamos sumar nuestro aporte al campo de estudio de los medios digitales, analizando escenarios posibles y abriendo líneas de investigación sobre las prácticas de comunicación y producción de conocimiento de las próximas décadas.

Clara Ciuffoli y Guadalupe López,
Febrero de 2012

² El Proyecto Facebook fue una experiencia de investigación de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Durante un año la cátedra de Alejandro Piscitelli estudió las lógicas de producción y comunicación en Facebook con los estudiantes de la universidad; para dar curso a esta investigación se usó Facebook como objeto de estudio y también como plataforma de trabajo, como aula virtual. Para el desarrollo, se crearon grupos de trabajo en Facebook y los estudiantes participaron y experimentaron en la red tanto como el equipo docente. Los resultados de la investigación pueden verse en la publicación *El proyecto Facebook y la posuniversidad* (Ariel, 2010).

"Facebook es el mensaje" es la metáfora elegida por las autoras para interpelar a Facebook como un "medium" e indagar en la especificidad de este nuevo espacio de conversación. El libro se interroga acerca de los usos y las capacidades expresivas que tienen lugar en la red. ¿Son realmente "nuevas", o es posible identificar en ellas rasgos característicos de las culturas orales previas a la Era Gutenberg? ¿Son auténticamente viejas, pero al ser tocadas por la varita mágica de las tecnologías de la instantaneidad y masificación, renuevan viejos ritos y mitos? En definitiva, ¿qué nos puede decir Facebook sobre las nuevas formas de estar y participar en Internet? ¿Es síntoma de una transformación cultural más amplia?, ¿amplifica meramente promesas que nunca se cumplen con cada nuevo bautismo tecnocultural? ¿O ambas cosas a la vez y muchas más aún?

Más allá de las inferencias conocidas, lejos de las simplificaciones cifradas sobre mercados y audiencias, el libro intenta dar respuesta a algunos de estos interrogantes desde una mirada compleja y enriquecedora, acerca de las prácticas que tienen lugar en Facebook, y echa luces no tanto sobre qué hace Facebook con nosotros, sino acerca de qué hacemos (y podemos hacer) nosotros con Facebook.

Clara Ciuffoli y Guadalupe López son licenciadas en Ciencias de la Comunicación y profesoras de la cátedra de Procesamiento de Datos de Comunicación de la UBA. Son coautoras de uno de los artículos que componen *El Proyecto Facebook y la posuniversidad*.

Clara Ciuffoli se dedica al diseño y gestión de proyectos en medios digitales. Fue profesora invitada en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Es Supervisora de Comunicación en el Área de Experiencia del Usuario de MercadoLibre.

Guadalupe López se dedica al diseño e implementación de proyectos multimedia e interactivos, y al desarrollo de estrategias y entrenamiento en medios digitales. Es profesora en el Máster en Periodismo *La Nación*/UTDT. Trabaja en el Área de Desarrollo Multimedia e Interactivo del diario *La Nación*.