

# Facebook: un mutante digital

MÓNICA BERMAN



*Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad mediatizada  
Año IV, # 9, Primer semestre 2013  
Buenos Aires ARG | Págs. 167 a 168

167

“(…) la manera en que pensamos, lo que experimentamos y lo que hacemos cada día es también en gran medida cosa de metáforas”.

GEORG LAKOFF Y MARK JOHNSON, *Metáforas de la vida cotidiana*.

La metáfora tiene un lugar privilegiado en *Facebook es el mensaje*. Desde el título, absolutamente macluhaniano, tal como afirma el autor del prólogo, Alejandro Piscitelli, su impronta atraviesa casi todos los capítulos del libro. ¿O acaso la noción de ecosistema de los medios no es “en gran medida cosa de metáforas”? Pero hay otra, profundamente significativa que recorre todo el trabajo: el presupuesto de la homogeneización llevado adelante por Facebook e ilustrado metafóricamente por la idea del guardapolvo azul.<sup>1</sup> Metáforas organizadoras, estructurantes pero también tematizadas.

Clara Ciuffoli y Guadalupe López, ambas licenciadas en Ciencias de la Comunicación y docentes de la cátedra Procesamiento de Datos de la UBA; analizan el fenómeno Facebook. Las interrogaciones que llevan adelante son múltiples: cómo pensar Facebook en la cultura contemporánea, cuál es su lugar en el ecosistema mediático, cuáles son las nuevas formas de comunicarse que promueve y hasta qué punto son verdaderamente nuevas; frente a cada rasgo presupuesto como novedoso ellas plantean un recorrido del orden de la (breve) historia para reconstruir sus orígenes.

Todas y cada una de las acciones realizadas de manera automática, facilitadas por una naturalización en el uso, son desplegadas por las autoras, que deslindan cada paso en

1 Así como el guardapolvo blanco en la escolarización construía la estandarización para no promover diferencias en la educación pública, aquí Facebook se propone como un guardapolvo azul, con consecuencias, al menos comparables.

particular; lo que se asume como totalidad es retomado, atomizado y explicado. Con las actividades que se realizan en Facebook producen dos movimientos: desandan el camino técnico en un lenguaje sencillo y describen las acciones en tanto causa-consecuencia, qué es lo que se pone en juego cuando se produce la acción, cuáles son las consecuencias de la misma.

Las autoras afirman que “el camino de la evolución de Facebook es el de la transformación de una red social en un medio de información y comunicación que aglutina usuarios/audiencias alrededor de los contenidos y se sustenta en un modelo publicitario. La novedad que introduce es que el contenido es creado por los usuarios, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales”. Esta referencia a la transformación constante es definida de modo ilustrativo a través de la manera en que bautizaron a Facebook: “mutante digital”, asimilando el concepto de mutación a la instancia biológica.

Todos estos planteos las llevan a sostener que no se trata de una red social sino que la denominación “medio digital interactivo” es más adecuada para dar cuenta de las características de esta plataforma. Facebook se consagró, en gran medida, como un integrador de medios sociales de existencia previa, lo que definió su lugar paradigmático en el marco del ecosistema de la red. Por otra parte, concentra todas las funcionalidades en un mismo espacio sin tener que salir de la plataforma, esta última característica inscribe tanto su éxito como su riesgo.

168

Un medio convergente, otra afirmación que pueden sostener con respecto a su objeto. Retomarán de Henry Jenkins el concepto de “convergencia cultural” y acordarán con su hipótesis de que más que una convergencia tecnológica es cultural, ya que configura una escena en la que se fomenta la participación y la inteligencia colectiva de los usuarios. Una de las claves de pensar los medios digitales en el marco de la convergencia implica abandonar la idea de la evolución según la cual un medio va superando a otro.

Ahora bien, si Facebook se ocupó de “integrar en un solo espacio, medios, servicios y herramientas digitales que conforman el ecosistema mediático, a través de un proceso de metamorfosis constante de su plataforma”, la desventaja que conlleva esta “ciudad amurallada” es que la red deja afuera toda una serie de vínculos que el algoritmo matemático decide no vincular, la metáfora que utilizan es la de navegar dentro de una “burbuja” con la imposibilidad de contactar lo que está por fuera de ella.

Se preguntan, también, por el éxito de Facebook y arriesgarán hipótesis de sus razones. Aunque cuando piensan el vínculo de Facebook con la oralidad se quedan con algunos de sus rasgos pero eluden otros, en primer lugar, su materialidad: la oralidad es sonora, las pausas, los silencios, la entonación, etc. Pero en la reflexión sobre el modo de circulación de la palabra y en la arquitectura de la plataforma plantean que si una publicación no tiene comentarios, es como si se “hablara a la pared” y la comparación con lo oral, ahí y en otras instancias, deviene profundamente efectiva.

Guadalupe López y Clara Ciuffoli consideran que solo cabe esperar lo inesperado. Y abrir más preguntas. Y sin duda, tal como afirman las autoras, Facebook “ha dejado una huella profunda en los modos de hacer y pensar los medios digitales.” *Facebook es el mensaje*, permite comprender los rasgos específicos de esa huella.