

Monográfico «Cultura digital y prácticas creativas en educación»

Facebook. Esa reiterada tensión entre la sobrepromesa y la invención de nuevos mundos

Alejandro Gustavo Piscitelli

Fecha de presentación: marzo de 2009

Fecha de aceptación: marzo de 2009

Fecha de publicación: marzo de 2009

Resumen

Creado en febrero del año 2004, Facebook está experimentando en los últimos meses un crecimiento acelerado y omnicompreensivo. Cinco años más tarde cuenta con 175 millones de amigos en todos los países y podría llegar a fin de año a los 300 millones. Ninguna aplicación, plataforma o programa creció nunca a esta velocidad y convocó a tanta gente, especialmente a los sectores más pudientes de la sociedad. Atacado y alabado por igual, se trata de un sistema operativo social que por un lado amenaza a los grandes creadores de las fases anteriores de la Red, desde Microsoft hasta Google, y por el otro, convertido en un analizador social, lleva al paroxismo las fantasías y temores proverbiales de quienes ven la Red alternativamente como dominación o como liberación.

Este artículo –que sirve de base a un proyecto de investigación que está actualmente en curso en la Universidad Nacional de Buenos Aires– revela cómo Facebook puede ser utilizado para analizar el rol que la identidad, la participación, la convergencia cultural, la arquitectura y las comunidades virtuales juegan, podrían o deberían jugar en el ciberespacio.

Palabras clave

Facebook, redes sociales, sistemas operativos, analizador social, futuro medios, tecnooptimismo, tecnopesimismo

Facebook. The ongoing tension between overpromise and the invention of new worlds

Abstract

Facebook was created in February 2004, and now, five years later, counts on 175 million friends from all countries. Over the last few months it has seen an accelerated and all-encompassing growth and the figures might reach 300 million by the end of this year. No other application, platform or program has ever grown at this rate or brought together so many people, especially from the wealthier areas of society. Both criticised and praised, it is a social operating system that on one hand is threatening the great creators of previous stages of the Internet, from Microsoft to Google, and on the other hand, in its role as a social analyser, leads to a peak the proverbial fantasies and fears of those who see the Net either as a kind of domination or as a form of liberation. As the basis for a current research project at the National University of Buenos Aires, this article

shows how Facebook can be used to analyse the role that could or should be played in cyberspace by identity, participation, cultural convergence, architecture and virtual communities.

Keywords

Facebook, social networks, operating systems, social analyser, future media, techno-optimism, techno-pessimism

Quienes venimos habitando la Red desde hace más de dos décadas, si de algo no pecamos es de extrema ingenuidad. Equidistantes tanto del tecno-optimismo como del tecno-pesimismo, hace tiempo que abrazamos el tecno-realismo. Como la Red es un mundo de innovación sin fin, cada tantos años genera transformaciones comunicativo-organizativas e identitarias de monta. Ello sucedió en una seguidilla de equilibrios puntuados, primero con el *e-mail*, después con las comunidades virtuales, más tarde con la web de la información, y ahora está pasando por cuarta vez consecutiva en 40 años con los webactores, la web semántica revisitada y la web de las cosas.

Concordantemente, la Red actúa a través de organizaciones y movimientos, llámense Microsoft o Apple, Netscape o Digital, IBM o Sun, Software Libre o Creative Commons, pero más recientemente Amazon y eBay, Yahoo y Paypal y, sobre todo, ayer Google y ahora Facebook.

Porque, si bien estos actores se incuban durante años antes de dar el gran salto adelante, cuando lo hacen cambian el mundo, al punto de que podemos con razón hablar de un calendario AG/DG (Antes de Google y Después de Google). ¿Lo podremos hacer también dentro de poco tiempo con Facebook? ¿Habrán un mundo AF y otro DF? ¿Es Facebook una compuerta evolutiva, de alcances épicos como lo ha sido Google en el último lustro?

Imposible saberlo dada la velocidad con que los meta-medios evolucionan y se autofagocitan. Pero queda claro que, aun en su indefinibilidad y caracterizaciones más que pobres,¹ Facebook ha pateado el tablero y merece análisis enérgicos y atrevidos. Veamos si el nuestro entra en esa desatendida categoría.

En forma más de borrador que de ensayo convencido, exploraremos aquí muy a vuelo de pájaro cinco tesis y una coda aporética. Para nosotros: 1) Facebook es una poderosa herramienta de alfabetización digital de costo cognitivo cercano a 0 (la versión 2.0 de AOL); 2) en Facebook, usar es comunicar; 3) en Facebook, la frontera real/virtual es porosa y prácticamente inexistente; 4) Facebook tiene potencial para

convertir a los maestros en mediadores 2.0; 5) es demasiado temprano aún para determinar si Facebook es un ejemplo de arte conceptual o una herramienta de interacción social; 6) hay profundas contradicciones internas de Facebook que lo convierten en una plataforma/aplicación inestable con idénticas posibilidades de convertirse en un monopolio de estándar más poderoso aún que Windows y Google como de explotar como una estrella gigante roja.

I. Facebook es una poderosa herramienta de alfabetización digital de costo cognitivo cercano a 0 (la versión 2.0 de AOL)

Como Facebook es el mundo todo (o casi); es posible todo (o casi) en su seno

Cuando una nueva fuente de caos/sentido eclosiona, como es actualmente el caso de Facebook, no alcanzan las palabras, los análisis, las experiencias, los comentarios, los indignados desprecios o los acalorados elogios, para tratar al mismo tiempo de entender ¿qué estamos haciendo?, ¿cómo lo estamos haciendo?, ¿por qué lo estamos haciendo?, ¿hacia dónde vamos?, ¿cuál es el futuro de este nuevo espacio?, ¿quiénes lo aprovecharán más y mejor?, ¿quiénes se quedarán de uno u otro lado?, ¿a qué intereses sirve, de qué antecedentes se nutre?, ¿a qué propuestas ayuda o suma (y resta)?

En el caso de Facebook, como cualquier otro ente viviente que se precie, las opiniones ya están profundamente divididas. En general, los diarios de papel –amarillistas cada vez más– aprovechan sus usos más truculentos o desencajados –que debido a una política de control interno muy alta de por sí deja pocos huecos para la experimentación y la autonomía y, al revés, lindan bastante con la normalización extrema– para asustar y vender.

1. Hay al menos un quinteto de obras maravillosas que describen la ontología, la metafísica, la deontología y hasta la filosofía de la historia de Google. No existe nada ni remotamente parecido en el caso de Facebook, donde debemos contentarnos con nimiedades como *Facebook for Dummies*.

Resulta muy esclarecedor, en este sentido, que en una de las pocas Biblias «oficiales» de Facebook de las que disponemos se aclaren, repetidamente, los cinco mandamientos que rigen lo que no se puede ni debe hacer en Facebook: mirar cualquier perfil, mentir, tener menos de 13 años, subir contenido ilegal, “trolearse”.²

Lo cierto es que nunca habíamos participado previamente de un fenómeno similar a Facebook en Internet, ya que no se trata tanto de un sitio como de una plataforma, no tanto de un portal vertical como de uno horizontal, no tanto de una aplicación como de un conjunto integrado de aplicaciones, no tanto del reino de la libertad (con sus miles de aplicaciones) como de un software cerrado celosamente custodiado por sus propietarios.

Conviene, pues, afinar las preguntas genéricas anteriores sustituyéndolas por las siguientes: ¿qué es lo nuevo de Facebook y qué es lo viejo nuevo y lo nuevo viejo (Groys, 2005)?, ¿cuáles son los rasgos de la arquitectura de Facebook que determinan su política?, ¿es Facebook una ficción constituyente?, ¿es Facebook una desorganización?³

¿Cómo comparar Facebook, en acciones, tipos de comunidades, alcances, formas de crecimiento, con otras entidades vivientes como LinkedIn, Sonico, Hi5, Taringa, Tuenti, etc.?

La comunidad de desarrolladores de Facebook, con 660.000 personas, es más grande que la mayoría de las ciudades argentinas. ¿Cómo compararla con otras?, ¿hasta qué punto pueden llegar a trabajar en dirección de arquitecturas de libertad o de control?

Cantidad que se convierte en calidad

El desconocimiento que la gran prensa y los analistas silvestres tienen acerca del tamaño, alcance y nivel de producción dentro del propio Facebook es enorme. Mientras cronistas aficionados hablaban de 500.000 argentinos en FB a fines del año 2008, mayoritariamente del segmento privilegiado ABCI,³ sabemos que a principios de marzo de 2009 somos 3.350.000 argentinos, con un crecimiento

llamativo y sorprendente en las últimas cuatro semanas de 400.000 connacionales más (concordante con el pasaje de 150 a 175 millones de usuarios en el mundo entero en igual lapso, la mitad de los cuales no son universitarios y con un crecimiento acelerado de la franja etaria de los que tienen más de 25 años).

Cuando una plataforma como Facebook es utilizada por cerca del 5% o 10% de la población (más del 15% en Estados Unidos), ya no se trata de una muestra o de un subconjunto de la población, sino del universo total. Por consiguiente, cualquier cosa que pasa en el mundo real ocurre *pari passu* en el virtual, haciendo imposible (y perdiendo toda significatividad) imaginar que allí pasan cosas que no ocurren en el mundo real.

Por ello, más allá de los usos triviales, divertidos o pre- visibles de la plataforma –reencuentro de viejos amigos, puesta en contacto de intereses afines, gestión de la participación y el entretenimiento compartido, maquinaria de distribución de fotos que deja pequeño a Flickr, política de *taggeado* cruzado que permanentemente nos pone en la *home* de nuestros amigos y conocidos y viceversa–, cuando la muestra es tan grande –casi el 2,5% de la población mundial–, ningún fenómeno le es ajeno.

¿Cómo distinguir, en este caso, la paja del trigo, la observación acertada de la mera regurgitación? ¿Cuáles son las nuevas prácticas y propuestas que ha hecho posible Facebook, más allá del ingenio de sus creadores, de su búsqueda desesperada de facturar para sostener el portento, y de los intentos –mucho más visibles en Estados Unidos que acá– de convertir a Facebook en un engranaje más de la fiesta de hacer plata fácil y dulce y de mantener el corazón contento, cuando el mundo real de las finanzas, el mercado inmobiliario y el comercio internacional se cae a pedazos?

Internet es un laboratorio del mundo real y también su réplica, mejorada o empeorada. Es, sobre todo, un testeado acelerado de relaciones y prácticas sociales. Si la tecnología es biología acelerada, otro tanto pasa en el mundo virtual respecto del real. Lo que en éste lleva años o décadas y experimentación lenta y pausada, en aquél se dispara con una velocidad inaudita.⁴

2. “Trolearse” (Internet): hacer comentarios incendiarios y/o provocativos. Groys, 2005.

3. Según el trabajo que venimos realizando desde 1996 en la Cátedra de Procesamiento de Datos en la Universidad de Buenos Aires y que este cuatrimestre se ha convertido en el Proyecto Facebook: www.facebook.com.ar.

4. AllFacebook (<http://www.allfacebook.com/>) es un weblog dedicado enteramente a analizar datos cuantitativos y cualitativos de Facebook con una precisión milimétrica.

5. Si se tardó décadas en colonizar el lejano Oeste, apenas fueron tres o cuatro años los que cambiaron para siempre los sitios emblemáticos de la Red. En el caso de Facebook, en cinco años se pasó de una comunidad cerrada sobre los estudiantes de Harvard (aunque sólo en el primer mes de funcionamiento, en febrero de 2004, logró captar a la mitad de los estudiantes de toda la universidad), a incluir a los alumnos de Stanford, Columbia y Yale, y poco más tarde, a la de todos los miembros de la Ivy League, hasta finalmente incluir a la mayoría de las universidades de Canadá y Estados Unidos. Facebook lanzó una versión para las escuelas secundarias en septiembre de 2005, posteriormente, se estiró hasta incluir a los empleados de compañías *high-tech* como Apple y Microsoft, hasta que finalmente, en septiembre de 2006, se abrió para todos los mayores de 13 años en el mundo.

Internet es básicamente código, líneas de programación, una imaginación más o menos desatada que, para facilitar (o impedir) comportamientos, usa interfases. Detrás de estos truismos, se esconden detalles que no son nada menores.

2. En Facebook usar es comunicar. La arquitectura es la poética (de la interacción) en Facebook

Años atrás, Gregory Bateson, en *Mind and Spirit* –como lo habían hecho Paul Watzlawick y otros compañeros de su etapa de Palo Alto–, insistía en que *era imposible no comunicar*. La versión batesoniana era más fuerte aún que la original, cuando insistía en que la pregunta no respondida del amante respecto del ser amado, era también una respuesta; que no hacer nada, que no contestar, que no pronunciarse, que no explicitar era toda una declaración, y fundamentalmente que todos tenemos una epistemología, especialmente los que nos jactamos de no tener ninguna.

Nuestra segunda observación acerca de los usos de Facebook –sobre los efectos inesperados de su uso– va exactamente en esta dirección. Lo notamos con sorpresa y casi arrobamiento respecto del cambio de estado civil. Pasar de *single a in a relationship*, de *I am complicated a single*, convierte de pronto las relaciones íntimas antes desconocidas en una complicidad multitudinaria, o en un exhibicionismo propio de las páginas del corazón.

Pero todo resulta más llamativo cuando eliminamos un perfil, en el que previamente habíamos decidido mostrar nuestro estado civil y/o amoroso, que el sistema convierte en una inusitada declaración de ruptura de relación en el mundo real; con las consabidas sorpresas, indignaciones, alegrías o histerias de algunos u otros.

Vemos aquí operativa la máxima de Lessig, para quien *la arquitectura es la política del sistema*, pero en variantes del estilo: *la arquitectura es la retórica del sistema*, y ahora *la arquitectura es la poética de las emociones del sistema*.

Cuando alguien nos acepta como amigos, o cuando nosotros aceptamos a alguien como amigo, el propio sistema genera una oración declarativa. *Tal es amigo de cual*. Ese es un mensaje que nadie emite en particular, pero que tiene implicaciones de largo alcance. Nos lleva a ver conexiones entre terceros, nos abre a mundos de relaciones desconoci-

das, nos permite inmiscuirnos o participar en proyectos o iniciativas, recuerdos, propuestas de otros, sin que ninguno de los dos participantes haya explícitamente enviado el mensaje. En Facebook, *usar es comunicar*, y aquí hay mucha tela para cortar.

Esta metacomunicación disparada por el propio sistema se relaciona con otra dimensión de la arquitectura de Facebook, hartamente particular, que la diferencia de casi todas las otras redes sociales (si es que FB también es una). A saber, que en principio, y por los dictados de su propia constitución, los perfiles en Facebook deben corresponder a perfiles equivalentes en el mundo real. Que no se cumpla a rajatabla tal cosa no invalida el aserto. Pero, al ser la falta de desfase llamativo entre vida real y virtual (que tuvo su exacerbación en Second Life y en tantos otros MOORPGS), aquí se abre un nuevo abanico de problemas (y de soluciones como es, por ejemplo, el tráfico de identidades).

3. En Facebook, la frontera real/ virtual es elástica y prácticamente inexistente. Tráfico o rizoma de identidades

La indistinguibilidad entre lo real y lo virtual es uno de los ejes y aspectos más interesantes de la dinámica de FB.

Para nosotros, lo que interesa no es la construcción mediática de Facebook, sino la construcción *facebookiana* de los medios, las prácticas, las definiciones de lo real (ontologías), la generación de comunidades *ad hoc*, la baja brutal en el costo de acceso a la alfabetización digital a través de una plataforma unificada (la AOL de segunda generación).⁶

¿Qué está pasando?, ¿por qué?, ¿hacia dónde va el fenómeno?, ¿es una mera moda?, ¿tiene patas cortas?, ¿es una pirámide de Ponzi de los afectos?, ¿o, efectivamente, Facebook está contribuyendo a la alfabetización digital por caminos inéditos, caracterizados por el casi nulo costo cognitivo, la casi no intersección entre una proporción enorme de usuarios y otros usos de la web, a excepción del correo electrónico, o la potencial aparición de redes sociales de segunda generación temáticas y de nicho –usando plataformas como Ning– para las cuales Facebook sería la propedéutica y el entrenamiento, necesario pero pasajero?

6. La hipótesis fue propuesta por Ivan Adaime, uno de los coordinadores del Proyecto Facebook de la Catedra Procesamiento de Datos, en *AOL y Facebook, dos integradores, dos tiempos: algunas similitudes*.

Una buena respuesta la dio Jorge Hidalgo Toledo en *La poética de Facebook, ante la caverna digital*,^[www2] proponiendo una interesante tipología de los habitantes de Facebookland en términos de representaciones imaginarias adosadas a sus fotos en el perfil: imagen anzuelo; imagen espejo; imagen simulación; imagen escénica; imagen emocional; imagen ilustración; imagen ausente; imagen nostalgia.

- imagen anzuelo: aquellas expuestas para captar la atención de otros y llamar de inmediato a la invitación a que los agreguemos como amigos;
- imagen espejo: muestra en modo transparente, tal como son, detallando incluso virtudes y defectos de los cuales también nosotros nos mofamos;
- imagen simulación: los ubica en una pose, nunca cómo son, pero sí cómo les gustaría ser vistos;
- imagen escénica: ubicada en espacios de representación, donde juegan un papel o rol con el cual quieren ser asociados o identificados;
- imagen emocional: al igual que el emoticón alude al estado de ánimo, en sí misma, imagen señal de la cara oculta del corazón;
- imagen ilustración: caricatura desdibujada de uno mismo, porque es más fácil ser lo que otros han sido;
- imagen ausente: los que están sólo ocupando el espacio virtual como extensión del espacio fuera de línea, pero no pretenden abrirse a nuevas amistades, sólo ante aquellos que dicen conocer;
- imagen nostalgia; que esperan de la red un punto de reencuentro y concluir ahí lo que no pudieron terminar de decir en el pasado.

Frente a la supuesta limitación que comporta el sistema, forzado a mostrarnos cómo somos, los usuarios reinventores por antonomasia habrían encontrado la forma de circunvalar las restricciones a través de un uso creativo de las imágenes que los identifican (escondiéndolos o multiplicando sus rasgos identificatorios).

Utilizando estas estrategias y muchas otras disponibles en el sistema, vemos cómo la frontera –que, en otras archi-

tecturas, separa al mundo real del virtual– se vuelve porosa y cada vez más intercambiable; lo que no es lo mismo que decir que ambas son las misma cosa, ni tampoco cabe olvidar que, mientras que la vida en el mundo virtual se hace cada vez más fluida, en el mundo real –crisis apalancadas de por medio–, se vuelve cada vez más susceptible de fricción y dura.

4. Facebook tiene potencial para convertir a los maestros en mediadores 2.0

Hay muchos motivos por los cuales un profesor debería/querría estar en Facebook, ya sea para compartir fotos, vídeos o notas, ya sea porque la mayoría de sus estudiantes –especialmente en Estados Unidos, aunque crecientemente en Iberoamérica– ya lo están, ya sea porque hay experiencias pioneras y muy interesantes de ensayos educativos en su seno.^[www3]

Dado que Facebook aspira a hacer realidad la fantasía del cantante brasileño Roberto Carlos de *tener un millón de amigos*, la fenomenología de su uso debe pasar irremediablemente por una auscultación, preguntándonos *¿qué es un amigo en Facebook?*; seguramente algo muy distinto de lo que entendemos por tal en el mundo real.

En otros sistemas, como LinkedIn, la cosa es más clara. Como se trata de una red social de intereses profesionales, *los otros no son amigos sino, apenas, contactos*. Para algunos autores, como Ian Bogost, las redes sociales funcionan como *una reserva en espera*; uno junta contactos o relaciones con distintos grados de intermediación y, frente a un hecho o necesidad puntual, las activa. Y en el caso de LinkedIn, queda claro que se trata de eventuales empleadores, socios o intermediarios laborales.

La unidad de referencia en Facebook es mucho más laxa, compleja y turbia. De mis 700 y pico de amigos/contactos, hay algunos que son docentes de mi cátedra o docentes *tout court*, hay algunos alumnos cursando y varios ex alumnos, hay algún amigo de antaño, hay un grupo de desconocidos con los que compartimos el apellido, hay asistentes a mis charlas, conferencias y cursos, hay muchísimos que son amigos de amigos de amigos y el denominador común se angosta y difumina. Y hay una categoría nada residual de gente que me conoce –y con los que comparto una decena o veintena de otros amigos-conocidos en común– pero que yo no conozco.

[www1] <http://inmersioneducativa.blogspot.com/2009/01/la-poetica-de-facebook-ante-la-caverna.html>

[www2] http://docs.google.com/Doc?id=dcqn4jpi_156gr5kp9c8

Amistades mutuas, idénticas y bidireccionales

La opción detalles de amigo –que casi nadie rellena– no sirve de mucho para ir definiendo categorías de relación, y, según lo comprobado por Bogost, la idea de amistad en Facebook viene contaminada porque el sistema las exige como mutuas, idénticas y bidireccionales, algo muy diferente de lo que ocurre en el mundo real.

La conmutatividad generalizada, que es la marca ontológica de Facebook, vuelve casi imposible determinar grados de amistad, grados de tipo de contacto que se quiere tener, grupos a los que se podría pertenecer por *default*, etc.

La arquitectura de Facebook ni siquiera permite discriminar entre los tres tipos de amistad que Aristóteles distinguía, a saber: basada en la virtud, en la utilidad y/o en el placer. Peor aún, no permite identificar en qué momento un tipo de amistad se convierte en otro.

Más grosero todavía le parece a Bogost el *dictum* que el sistema asume de la amistad como un ucace digital –el mundo se divide en un antes y un después de que alguien nos conceda magnánimamente su amistad o viceversa–, y no en un *continuum* que requiere previamente del tiempo para madurar, yendo en una u otra dirección de su eje.

¿Pero qué pasa cuando nos enemistamos con alguien? Muy poca gente sabe cómo desembarazarse de un ex amigo, y muchos no se animan a hacerlo.

La ontología de la temporalidad de Facebook, que sólo concibe el tiempo como un *presente perpetuo*, genera en ocasiones –especialmente, cuando uno añade su estatus emocional–, un cambio lingüístico que no se corresponde con ningún estado en el mundo en el libro de horas. La actualización del perfil muchas veces determina un cambio en el estatus de la relación que genera muchos equívocos –gente que se alegra de uniones y se lamenta de separaciones que ocurrieron allá lejos y hace tiempo–, y muestra una de las caras más curiosas de la arquitectura emocional generada por el código, sin corresponderse a ningún estado simultáneo en el mundo real.

Privacidad, amistad y algo más

Hace tiempo que las discusiones acerca de la privacidad de Facebook vienen sonando mal. Danah Boyd, una de las expertas en el tema, lo reveló en detalle un par de años atrás en *Facebook's «Privacy Trainwreck»: Exposure, Invasion, and Drama*, pero quizás lo más significativo de la cuestión es la incapacidad –o deseo de los diseñadores– de que el sistema

sea flexible en estos rasgos, que permita mostrar qué tipo de información quiero revelar o no, y la (in)capacidad que los usuarios tenemos –no mucha, al parecer– de sintonizar a medida la revelación de nuestros perfiles.

Aquí, hay varias lecturas posibles. Hay quienes insisten en que Facebook es *una plataforma de contactos light a costo mínimo*. Puede ser que la relación que tengamos con la gente sea mucho más superficial de lo que llamaríamos amistad en la vida real, pero tenemos acceso a cierta faceta de su hacer cotidiano sin tener que preocuparnos mucho por cuánto y cómo saber.

Para otros, en cambio, la información que da Facebook dice poco o nada acerca de la variación, la riqueza, los gustos o los tipos de interacciones que las personas tienen con su mundo vital, y apenas revela algunos de los usos (y los abusos) o los desusos que los usuarios hacen de las herramientas (la arquitectura) según comercialmente orientadas del sistema.

¿Deberíamos incluir a nuestros ex estudiantes (en nuestro caso, son ellos muchas veces quienes piden que los añadamos como amigos)? ¿Si sólo admitimos a los muy buenos, esto es favoritismo? ¿Dejar que nuestros estudiantes nos admitan implica algún compromiso o deuda?

Porque un conocimiento somero de la plataforma muestra que ésta se halla en el borde mismo donde lo educativo se traviste en comercial, lo productivo se pervierte en consumo, la tecnología, más que empoderar a los miembros, tiende, por el carácter irrisorio de la mayoría de esas más de 50.000 aplicaciones, a la trivialidad, la bobada y la pérdida de tiempo.

¿Es contraproducente o no que nuestros estudiantes vean detalles de nuestras relaciones profesionales con otros docentes, o colegas del mundo corporativo? (aquí curiosamente esa movida se vería como elogio de la transparencia).

Como bien anticipaba Richard Sennett al final de *La cultura del nuevo capitalismo*, y como desarrolló a fondo en su último libro, *The Craftsman* (en las antípodas de *El Aprendiz*, de Donald Trump). *La artesanidad* (algo bastante más interesante y complejo que el aprendizaje) supone mucho más que aprender una disciplina, un oficio o un cuerpo de ideas; se trata básicamente de un aprendizaje/interiorización contextual/concreta, que permite poner en resonancia lo que uno hace laboralmente con lo que uno es socialmente en las otras áreas de existencia.

Al borrarse progresivamente la frontera entre el espacio público y el privado, entre el mundo formal y el informal (o contextos de afinidades) el *mentorazgo* se convierte en el camino clave para la formación y la transmisión. No es ninguna novedad que los buenos tutores o mentores proli-

feran en los primeros años de la carrera, pero desaparecen –¿amenazados por la brillantez de los discípulos?, una de las variantes que explora cínicamente George Steiner en *Lecciones de los maestros*, 2004– cuando de entrar en la vida profesional se trata.

Ni Bogost ni nosotros tenemos la menor idea de cómo «aprovecharlo académicamente», pero lo que es aún más arriesgado y fascinante, de cómo una plataforma como Facebook puede alterar, interferir y rediseñar las redes sociales que conformamos profesores, ex alumnos, alumnos actuales y, sobre todo, alumnos futuros y también futuros empleados/empleadores.

5. ¿Es Facebook un ejemplo de arte conceptual o una herramienta de interacción social?

Ese tipo de críticas pega duro donde más duele. Las sinopsis que nos enfrasan cada día en Facebook dicen poco o nada de quiénes son nuestros amigos, de qué hacen y qué los define. Al revés, registran más bien qué hacen con y dentro de Facebook. Ironizando al extremo, Bogost llegó a decir que Facebook le recordaba al libro *Soliloquy*^{www3} de Kenneth Goldsmith, una transcripción de todas las frases pronunciadas por ese autor durante una semana. Para Bogost, esto remeda el arte conceptual y poco o nada tiene que ver con la interacción social.

La referencia va en dos direcciones precisas. La rapidez y volatilidad con que los usuarios adoptan las aplicaciones (o *widgets* o *gizmos*) que el sistema ofrece, y que a principios del 2009 están en el orden de los muchos miles (de 7.000 a fines del 2007 pasaron a 33.000 a mediados del 2008 y a 52.000 hoy).⁶

Porque de aplicaciones tienen poco o nada, ya que se trata básicamente de *billboards* o superficies que permiten «pegar» imágenes, vídeos o sonido, convirtiendo a Facebook –a diferencia de otras experiencias como Wikipedia, Netvibes o Ning– en uno de los entornos más variados sobre dónde y cómo publicar, pero al mismo tiempo de los más limitados en cuanto a artefactos expresivos.

Más que etiquetar (negativamente) el medio, el entorno, la práctica o los usuarios, esta situación nos recuerda la tesis omnimoda de Lawrence Lessig: *la arquitectura es la*

política de la red amplificada para decir, ahora, *la arquitectura es la retórica de la red*.

Hay mucho que discutir acerca de las mejoras en las aplicaciones permitidas por la plataforma de desarrollo F8 de Facebook. Y si bien gran número son irrelevantes, pretenciosas y una excusa para hacer negocios baratos, hay otras que prometen y cumplen.

Para quienes estamos obsesionados por las plataformas de software, la inquietud es que el país Facebook –el sexto del mundo en términos de población– formado por 175 millones de usuarios, de los cuales casi 30 millones están en Estados Unidos, no se convierta en un erial autista de fantasmas virtuales.

Quizás, el sobreénfasis de usuarios noveles azuzados por posibilidades por encima de su capacidad expresiva, está en la creación fatua en vez de la transición de la competencia al sentido.

Pero Facebook tiene mucho aún para explorar antes de pronunciar muertes que sólo ven los denunciantes.

Curiosamente, se equivocan tanto panegiristas como detractores cuando endiosan la capacidad virósica de capturar adherentes del sistema, descuidando la calidad y variedad de sus producciones, pero también quienes recién llegados al mundo de las redes ignoran que lo que está sucediendo aquí –acelerado y amplificado– tiene muchos rasgos en común con lo que ocurre en el mundo real.

Hace varios años, Robin Dunbar, un antropólogo actualmente en la Universidad de Oxford, sostuvo que el poder cognitivo del cerebro limita el tamaño de las redes sociales que cualquier especie puede establecer. Extrapolando esto, a partir del tamaño de los cerebros y de las redes sociales de los antropoides superiores, Dunbar sostuvo que el cerebro humano puede operar con redes estables hasta un máximo de 148, o, como hoy se conoce, como regla de Dunbar de 150.

Mientras, Cameron Marlow, el sociólogo residente de Facebook, reveló que el promedio de amigos es 120, consistente con la hipótesis de Dunbar, y que las mujeres tienen algunos más que los hombres. El rango es enorme, y somos muchos los que tenemos más de 700 amigos, con lo que la regla es relativa.

Pero mucho más interesante que esos grandes números es el hecho de que la lista de contactos activos, en el caso de las respuestas a *posts*, es muy baja: del orden de los 7 sobre 120 en el caso de los hombres, y de 10 sobre 120 en el de las mujeres.

7. Aquí encontrarán una buena radiografía actualizada de los principales números que definen Facebook. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.

[www3] <http://www.epc.buffalo.edu/authors/goldsmith/soliloquy/index.html>

Si ese dato no fuera ilustrativo, tenemos otro más contundente, a saber, que en el caso de la comunicación bidireccional, como los chats o los correos electrónicos, el promedio para los hombres es de sólo 4, y para las mujeres, de 6.

El número no es escalable linealmente. Cuando se trata de usuarios con 50 amigos, los hombres dejan comentarios a 17 de sus contactos y las mujeres a 26, y los hombres se comunican con 10 y las mujeres con 16.

Como se ve, lo que crece no es el *core* de amigos, sino los contactos más periféricos, porque los superusuarios se comunican con un número más que limitado de contactos.

Para quienes sostienen que Facebook no es una red social o no tiende a favorecerlas, las primeras impresiones parecen ir levemente a su favor. Porque, según estos números, los miembros de redes sociales *online* no están tanto haciendo *networking* como irradiando sus vidas a un grupo más amplio de conocidos que no están, necesariamente, dentro del círculo de Dunbar.

Dicho en cristiano: puede que los seres humanos nos vendamos mejor a nosotros mismos; nuestro círculo íntimo de amigos es tremendamente acotado, y las herramientas tecnológicas no lo modifican considerablemente.

6. Las contradicciones internas de Facebook

Cada tanto aparecen noticias curiosas, divertidas o llamativas que ayudan a mantener en pie ciertas movidas de promoción y aumento de los suscriptores (a través de un efecto bola de nieve) que suponen que si, a fines de 2008, éramos 175 millones, a fines de 2009 seremos 300 millones).

Los medios se hacen cargo hoy (como lo hacían hace un año atrás de Second Life, o de Youtube, o anteriormente de Google) de la *facebookmanía*. Dos de las noticias más comentadas al respecto en los últimos meses han sido la denuncia de la madre italiana de censura por portación de pezón [...] que dio lugar a la contrainformación (existente dentro del propio Facebook) del grupo Hey Facebook, *breastfeeding is not obscene*. Official petition to Facebook,^[www4] con 220.000 miembros. Asimismo, tuvo mucho impacto la noticia (recogida/inventada) por los

medios de la intolerancia del equipo Facebook respecto de la adoración (?) de la mafia italiana por parte de numerosos grupos entusiastas: *El apoyo a la mafia en Facebook genera polémica en Italia*.^[www5] Para mostrar la ambigüedad y masividad del sitio, obviamente ya existe el grupo Fuori la mafia da Facebook,^[www6] con más de 224.000 adherentes.

A la vez que genera la más grande de las redes sociales del mundo, potenciando la amistad, al mismo tiempo se trata de una plataforma cerrada y comercial que vela mucho más por sus intereses que por el de las amistades propiamente dichas en el sentido más lírico del término. Lo cual dispara otro conjunto de preguntas-marco.

Desde que existen estudios en innovación e invención, generalmente la misma se atribuyó (tautológicamente) a la existencia de genes, genios individuales, a veces a instituciones y financiaciones *ad hoc* y a generosidades no menos idiosincráticas. El advenimiento de Internet y la promesa de una sabiduría de las multitudes, la generalización del *crowdsourcing*, formas de producción par a par, pateó el tablero.

La publicación de *Democratizing Innovation*, de Eric von Hippel, no ha hecho lo suficiente para revertir lecturas y paradigmas ancestrales. Sin embargo, una lectura somera de sus ideas exige plantearnos, especialmente en el caso de Facebook, lo siguiente:

¿Por qué no existe un Facebook escrito en software libre?

¿Cuánto más profundas y desagregadas son las amistades generadas en otras redes del mismo tipo y qué relación hay entre software propietario y grados de amistad?

¿Hasta qué punto el modelo de negocios de Facebook (así como el de cualquier otro emprendimiento) limita las promesas de *empowerment* y liberación cognitiva, emocional y expresiva prometidas por la plataforma?

La existencia de varias otras plataformas en idiomas nativos, ¿supone una mejora respecto de esas limitaciones en software generado, básicamente, en un nicho como son las universidades norteamericanas?

¿Hasta qué punto una apropiación académica/instrumental de la plataforma la reduce a usos sectarios, respeta su identidad, o, al criticarla (a través del uso, como es nuestra propuesta), la reinventa y radicaliza?

No es la menor de las paradojas el hecho de que todos nos llenamos la boca con la supuesta habilitación masiva en la producción de nuevos contenidos posibilitados por la web 2.0 y 2.1 y que, al final, terminamos consumiendo

[www4] <http://www.facebook.com/group.php?sid=caaa0033132c2d267251bdo544119e60&gid=2517126532>

[www5] http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1088841

[www6] <http://www.facebook.com/group.php?sid=caaa0033132c2d267251bdo544119e60&gid=47298096891>

de modo paretiano el 80% de nuestro tiempo usando programas, plataformas y servicios como Facebook, YouTube, iTunes, Second Life, donde nuestro único rol es el consumo más o menos pasivo de «lo que hay».

Referencias al Proyecto Facebook

Lo mejor de nuestro experimento Vivir/Estudiar/Expandir Facebook no es tanto imaginar usos inéditos, reapropiaciones pedagógicas, reinversiones milagrosas del *ethos* de la clase universitaria gracias a nuestra identificación con los nativos digitales y el uso de Facebook como un Caballo de Troya, sino al revés –y simétricamente–, a través de su cuestionamiento permanente. De un cortocircuito constante frente a sus limitaciones, arbitrariedades y denegación de libertad que supone cualquier definición (porque, como bien decía Spinoza, *toda determinación es negación*). Y correlativamente de un corrimiento permanente de sus límites a través de usos que tanto alumnos y docentes podamos descubrir/inventar sobre la marcha.

Referencias

- ABRAM, CAROLYN; PAERKNMAN, LEAH (2008). *Facebook for dummies*. Hoboken: Wiley Publishing.
- ADAIME, IVÁN (2009). «AOL y Facebook, dos integradores, dos tiempos: algunas similitudes». En: *Y todo lo demás también*.

- <<http://ivanadaime.tumblr.com/post/70094511/aol-y-facebook-dos-integradores-dos-tiempos-algunas>>
- ALBA, JASON; STAY, JESSE (2008). *I'm on Facebook. Now what?* Cupertino: Happy About.
- BOYD, DANAH (2007). «Viewing American class divisions through Facebook and MySpace». *Apophenia Blog Essay*. 24 de junio.
<<http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>>
- HIDALGO TOLEDO, JORGE (2009). Poética de Facebook, ante la caverna digital.
<http://www.facebook.com/note.php?note_id=66179470139&ref=nf>
- KIETKE, MARIO MIRANDO (2009, enero). «Facebook como cornalitos». En: *Lukasnet weblog*.
<<http://lukasnet.com.ar/blogwp/general/cornalitos>>
- PISANI, FRANCIS (2007). Facebook, un nuevo fenómeno [artículo en línea]. *El País*, 21 de junio de 2007.
<http://www.elpais.com/articulo/semana/Facebook/nuevo/fenomeno/elpeutecceb/20070621elpicblse_1/Tes>
- PISANI, FRANCIS; PIOTET, DOMINIQUE (2009). *Alquimia de las Multitudes. Cómo la web 2.0 está cambiando al mundo*. Barcelona: Paidós.
- PISCITELLI, ALEJANDRO (en prensa). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Primates on Facebook*. The Economist. 26/2/2009
<http://www.economist.com/science/displaystory.cfm?story_id=13176775>

Cita recomendada

PISCITELLI, ALEJANDRO GUSTAVO (2009). «Facebook. Esa reiterada tensión entre la sobrepromesa y la invención de nuevos mundos». En: «Cultura digital y prácticas creativas en educación» [monográfico en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 6, n.º 1. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].

<Dirección electrónica del PDF>

ISSN 1698-580X



Esta obra está bajo la licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 España de Creative Commons. Así pues, se permite la copia, distribución y comunicación pública siempre y cuando se cite el autor de esta obra y la fuente (*Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento - RUSC*) y el uso concreto no tenga finalidad comercial. No se pueden hacer usos comerciales ni obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>>

Sobre el autor

Alejandro Gustavo Piscitelli

Profesor titular concursado de la carrera de Comunicación. Universidad de Buenos Aires (UBA).

Coronel Diaz 1432 6B
1425 Buenos Aires, Argentina
apiscite@well.com

Máster en Ciencias de los sistemas por la Universidad de Louisville, Kentucky. Magister en Ciencias sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Buenos Aires. Licenciado en Filosofía por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Buenos Aires. Exgerente general de Educ.ar., portal educativo de la nación argentina. Expresidente de Edutic, Asociación de Entidades de Educación a Distancia y Tecnologías Educativas de la República Argentina. Consultor organizacional en Internet y comunicación digital. Coeditor del diario electrónico *Interlink Headline News* desde 1995. Publicó *Internet. Imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Granica, 2005. *Meta-cultura, El eclipse de los medios masivos en la era de Internet*. Buenos Aires: La Crujía, 2002. *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós, 2002. *La generación Nasdaq. Apogeo y derrumbe? de la economía digital*. Granica, 2001. *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Paidós, 1998. *(Des) Haciendo Ciencia. Conocimiento, creencias y cultura*. Buenos Aires: Ediciones del Riel, 1997. En abril del 2009 se publicará su libro *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, arquitecturas de participación e inteligencia colectiva*. Santillana.