

La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales

VAN DIJCK, José; Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016. 301 páginas (Colección sociología y política, serie rumbos teóricos / Dirigida por Gabriel Kessler)
ISBN 978-978-629-625-6

POR MARÍA SOL MEGLIO¹

En este libro la investigadora holandesa Van Dijck se aventura a realizar una historia crítica de la primera década de los medios sociales. Desarrollado entre los años 2012 y 2013, refleja los cambios producidos en la socialidad y cómo las experiencias online y offline están cada vez más ligadas. Haciendo hincapié en que millones de personas alrededor del mundo se comunican e interactúan mediante las redes sociales *La cultura de la conectividad* intenta realizar un aporte sistemático a repensar las plataformas de red social y de contenido generado por usuarios: Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y Wikipedia. Considera que estos, además de ser dominantes dentro del mundo de internet, la ayudan a pensar mejor el desarrollo de la sociabilidad y la creatividad. Trata de mostrar cómo los medios sociales dieron origen a un gran número de formas culturales nuevas.

Van Dijck, reconstruye la breve historia de las plataformas de los medios sociales, al mismo tiempo que surgen y se consolidan, para dar cuenta lo que la autora denomina nueva socialidad online, es decir, una “*nueva forma de estar con los otros*” exponiendo los cambios que se dan al nivel de las normas y los valores culturales. Haciendo un aporte novedoso y exhaustivo al campo de la cultura digital (o de las tecnologías culturales) se corre de la confrontación académica entre quienes celebran los medios sociales y sus críticos. Lejos de tener una visión simplista aborda la evolución conjunta de la tecnología y los usuarios junto con la estructura socioeconómica organizacional que subyace a los medios sociales. El recorrido que realiza la autora intenta abordar la heterogeneidad de actores alejándose de las posturas que plantean oposiciones tales como víctimas/victimarios o indefensos/poderosos ya que considera que estas son poco productivas a la hora de generar explicación. Más que una confrontación entre bandos, Van Dijck quiere dar cuenta que los usuarios pueden ser al mismo tiempo críticos y disfrutar de los medios

1. Universidad Nacional de Mar del Plata (Departamento de Sociología). mariasolmeglio@hotmail.com.ar

así como las plataformas pueden constituirse como grandes empoderadoras y ser también explotadoras de información.

Van Dijck se propone articular las especificidades como las diferencias que surgen del análisis comparativo y de la deconstrucción de los medios sociales. Para explicar la evolución conjunta de las prácticas humanas y la tecnología parte de la teoría del actor red para dar cuenta de aspectos relacionados con lo tecno – cultural que refieren a lo tecnológico (metadato, algoritmo, protocolo, interface y default), a los usuarios y sus hábitos y el contenido. Por otro lado desde la economía política busca entender las relaciones de poder que se entretajan en la infraestructura económica y el régimen político y legal, por ello busca estudiar los regímenes de propiedad, la forma de gobierno y los elementos de negocios de cada una de las redes. Van Dijck intenta vincular las plataformas al ecosistema general para poder entender la estructura normativa que subyace a la socialidad. Los medios sociales se encuentran interconectados y hay una influencia mutua entre ellos (interoperabilidad), así el estudio de las plataformas se distancia de un análisis fragmentado de cada una ya que la investigadora intenta comprender el ecosistema mayor y la cultura en que se desarrollan. La autora advierte que un cambio en una plataforma envía pequeñas “ondas” a todo ecosistema influyendo en los demás medios sociales.

A lo largo del libro la socialidad online es comprendida cómo el resultado de una coproducción entre humanos y no humanos, es decir, en este caso máquinas. Para Van Dijck la socialidad esta entretajida por lo tecnológico, la agencia de los usuarios y el contenido generado por estos últimos. Las plataformas, entendidas como espacios políticos, tienen un carácter performativo que no solo facilita los actos sociales sino que también los moldea. La autora intenta hacer visible el proceso tecnológico, que ocurre dentro de estas últimas, que hace posible traducir las acciones humanas en lenguaje computacional así como el proceso inverso. Esta socialidad tecnológicamente codificada convierte la actividad de las personas en fenómenos formales gestionables y manipulables, lo que permite a las plataformas dirigir en cierto punto la socialidad de los usuarios. Por su parte, estos últimos a la vez de participar como consumidores y receptores de esta socialidad, que se forja en el ámbito online, también son partícipes y productores. Van Dijck se concentra en las respuestas articuladas de estos últimos respecto a los avatares que ocurren dentro de las redes, entre ellas se encuentran: cambiar las configuraciones predeterminadas (por default), comentarios espontáneos, hackeo o hasta el abandono del sitio. Los medios sociales son vehículos que permiten la expansión de la creatividad y la producción de contenido cultural. Si bien usuarios y propietarios comparten la idea de que haya “buen contenido” fluyendo por el ecosistema sus intereses son divergentes, los primeros buscan que haya una multiplicidad de formatos mientras que los últimos apelan a una estandarización y distribución uniforme.

Para Van Dijck, las plataformas están envueltas en una ambigüedad, por un lado, los usuarios las necesitan para comunicarse y establecer conexiones y, por otro éstas necesitan a los usuarios para desarrollar sus mecanismos de codificación. La reconstrucción de la historia de los medios sociales que lleva a cabo Van Dijck dentro del libro, da cuenta de cómo éstos fueron adquiridos por grandes

corporaciones al mismo tiempo que éstos experimentaron un boom demográfico de usuarios. Invasidos por el espíritu comercial y corporativo la autora puede rastrear lo que ella expone como una tensión entre los valores de “conexión” y “conectividad”. En un primer momento, según lo relatado predominaba un principio “utópico” donde los medios sociales estaban imbricados en una cultura de la participación cuyos valores sobresalientes eran: las conexiones, la comunidad y la democracia donde los medios sociales constituían una forma de empoderamiento. Sin embargo, al aumentar la cantidad de usuarios la “conexión” fue transformada en “conectividad”, es decir en un “recurso valioso” posible de explotar ya que las empresas comienzan a encontrar las formas de codificar la información (en algoritmos). Podemos decir que se pasa de una cultura participativa a una cultura de la conectividad. Algunas de las palabras empleadas para describir el modo de funcionamiento de las plataformas, como “social”, dejan oír la referencia comunista sin embargo ese sentido fue modificado por las tecnologías automatizadas que direccionaron la socialidad humana, es por ello que la autora prefiere denominarlas medios conectivos. Los medios sociales no son en servicios “neutrales” que explotan un recurso genérico sino que se fundan sobre cimientos ideológicos y tecnológicos. Los propietarios de las plataformas así como sus modelos de negocios impulsan el flujo de datos estimulando la conexión que se traduce en capital social para los usuarios y por debajo de ello fluye la conectividad que provee de capital económico a las corporaciones.

Los valores y normas que se forjan en el mundo online son el resultado de la evolución de los microsistemas de medios sociales así como también del ecosistema mayor que componen, sin embargo estos aspectos se ponen en juego dentro de la volatilidad que domina el medio. Desde una perspectiva foucaultiana, Van Dijck advierte que en el ámbito de la socialidad, el poder de las normas tiene un peso mayor que el de la ley y el orden. Al nivel del ecosistema los esquemas de las grandes corporaciones que lo dominan moldean la socialidad y se convierten en normas, esto puede observarse en los valores de popularidad, orden jerárquico de usuarios, neutralidad, crecimiento rápido, entre otros. A pesar del poco tiempo de existencia y la volatilidad con la cual se producen los cambios dentro de ese mundo online Van Dijck nos da la llave para preguntarnos acerca de un posible futuro, es decir, de cómo se irán desarrollando estos medios y la socialidad online a lo largo del tiempo. El dominio de algunas plataformas como Google y Facebook dentro del ecosistema no es, en palabras de la autora, una “verdad cincelada en piedra” sino que es precario.

Esta nueva forma de socialidad online alteró la naturaleza de la división público – privado. La autora nos abre un abanico de interrogantes sobre los límites entre lo público y privado y el control de la información por parte de los gobiernos. Estas cuestiones pueden verse, por ejemplo, desarrolladas en los regímenes de propiedad de las plataformas que analiza demostrando como las prácticas sociales pasan de un espacio público a uno corporativo. Entonces, Van Dijck interpela a sus lectores sobre qué constituye el espacio público, no comercial. La retórica de la esfera pública fue expropiada por la de los negocios para exaltar las virtudes que traía consigo la esfera corporativa. Si bien la autora no brinda una perspectiva jurídica

en este libro, comparte con esta disciplina la preocupación por la privacidad y la comoditización de la información personal y colectiva.

Este libro no se agota en las temáticas que desarrollé sobre los medios conectivos, el ecosistema en el que están inmersos y la cultura en la que se desarrollan. Este texto quiso exponer la mirada que tiene la autora sobre el papel de la codificación de los datos en la aparente tensión entre conexión y conectividad; mostrar el poder de los usuarios para controlar sus datos; y los interrogantes que se plantean sobre lo público y lo no comercial. Se invita a los futuros lectores de esta obra que puedan recorrer la vasta revisión bibliografía y de fuentes, así como, la capacidad de sistematizar la información que nos provee la autora. *La cultura de la conectividad* nos invita a cuestionarnos a través de la historia crítica de las plataformas sobre el carácter ético, político e ideológico que pregnan los medios sociales.