

La cultura de la conectividad

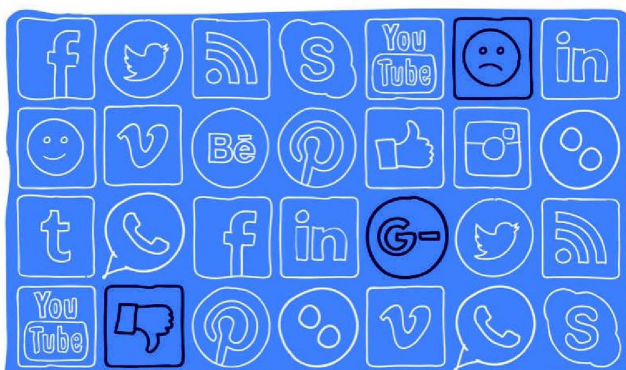
Van Dijck, José (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. 1° edición. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. 301 pp. ISBN 978-978-629-652-6

En los últimos años se ha escrito bastante acerca de Internet y los nuevos medios digitales, encontrándose juicios optimistas, pesimistas o conciliadores acerca de sus implicancias en nuestras vidas. Hasta la fecha, abundan estudios de casos sobre algún sitio de red social en específico, como *Facebook* o *Twitter* -los medios vencedores- y con planteamientos que al poco andar quedan desactualizados. Los vaivenes que sufren estos medios digitales van planteando nuevos desafíos en cómo abordarlos empíricamente, así como restricciones de sus propios códigos, normativas y protocolos de operación. Son contados los libros que aportan una mirada más amplia y comparativa entre medios digitales y abren reflexiones que vayan más allá del cambio tecnológico de turno. Un libro que logra ello es *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales* de la destacada académica holandesa José van Dijck,

publicado originalmente en 2013 y que recientemente ha sido traducido al español por Hugo Salas en la editorial Siglo Veintiuno.

En el libro, van Dijck realiza un análisis histórico de cómo los medios conectivos -como prefiera llamarles- han moldeado nuevas formas de sociabilidad basadas en una conectividad económicamente lucrativa al traducirse en datos y metadatos. Desde la cuantificación y gestión de esta conectividad, entonces, se reforzarían principios como el compartir información constantemente o la búsqueda por amasar popularidad. El libro se estructura en ocho capítulos: el primero hace una introducción al lector sobre cómo han aparecido las redes sociales y cómo estas han hecho de las conexiones sociales un recurso valioso y explotable. En el segundo capítulo, quizás la mayor contribución del libro, la autora nos presenta su marco analítico para abordar

los medios conectivos, combinando dos cuerpos de literatura que a ratos son situados como distantes: por un lado, los estudios de economía política y, por otro, la teoría del actor-red. Comúnmente se crítica al primero por centrarse demasiado en los controladores de las tecnologías, asumiendo los usuarios como entidades pasivas al arbitrio de los intereses de las compañías, y al segundo de que deja de lado la cuestión política de fondo al centrarse solamente en describir simétricamente las redes y vínculos que se forman entre sociedad y tecnología, sin ver las radicales diferencias de poder. La autora logra combinar estos dos abordajes, invitando a analizar los medios tanto a un nivel socio-económico (gobierno, modelos de negocio y formatos de propiedad) como a un nivel socio-técnico (tecnología, usuario y hábitos, contenidos generados). En los siguientes capítulos, la autora aplica este marco analítico para estudiar las diferentes plataformas y redes digitales como *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Youtube* y *Wikipedia*, problematizando sus dispares desarrollos y las particulares versiones de usuarios, saberes y vínculos sociales que configuran estos medios. En el último capítulo, la autora condensa la



LA CULTURA DE LA CONECTIVIDAD

una historia crítica de las redes sociales

josé van dijck

 **siglo veintiuno**
editores

revisión de la historia de estos medios digitales, articulando un análisis del ecosistema en el que conviven y compiten estos medios en su conjunto. Allí, van Dijck nos sugiere comprender la emergencia de estas nuevas plataformas digitales como verdaderos microsistemas que se encontrarían incrustados en un "contexto económico, político y sociocultural mayor", un "ecosistema de medios conectivos", dominado por un número

reducido de "peces gordos" y otros no tanto, como diría la autora. Sin embargo, en el libro no se abordan en profundidad los actores más marginales o "peces chicos" dentro de ese ecosistema los cuales luchan por posicionarse con una masa crítica de usuarios fieles o terminan siendo comprados por alguno de los peces gordos.

El libro versa sobre la distinción entre conexión y conectividad,

de la cual surgen interesantes ideas y comentarios para toda investigación de la comunicación en tiempos digitales. Van Dijck plantea que los usuarios se volcarían a estas redes sociales para precisamente buscar conectarse con otros, no obstante, las plataformas no serían neutrales y buscarían formas para explotar esas conexiones. En este sentido, la autora recuerda la distinción de Michel de Certeau entre tácticas y estrategias, describiendo cómo en cada plataforma analizada se ven variadas estrategias desplegadas por los propietarios de las plataformas bajo sus particulares intereses y cómo los usuarios levantan tácticas de negociación de tales agendas. Una cuestión problemática que puede derivar de tal análisis es la equiparación de ambas fuerzas en juego o señalar que las tácticas de los usuarios lograrían torcer ciertas decisiones corporativas. Si bien la autora da ejemplos de ello, con fracasos importantes en ciertas funcionalidades rápidamente desechadas por ciertas plataformas, estos casos serían mínimos. Ciertamente no se debe volver a un modelo unidireccional entre dos bandos claramente enfrentados y dónde uno tiene un poder total, pero si es de notar que no existe una bidireccionalidad pareja entre los objetivos de los propietarios de las plataformas y los requerimientos de sus usuarios.

Si miramos el uso de estos medios conectivos en países del sur, como en Latinoamérica,

se verá que existe una radical asimetría al respecto, en que los usuarios se ciñen a normativas y marcos legales foráneos y poco entendibles, así como a procesamientos algorítmicos de información completamente distantes y opacos. En este sentido, diferentes autores han llamado la atención sobre las nuevas brechas digitales que el procesamiento de la información de sitios como *Facebook* o *Twitter* estaría generando entre el sur global y países del norte (Andrejevic, 2014; Arora, 2016). Esto requiere de una consideración territorial o geo-política sobre los medios conectivos que ciertamente excedía el propósito del libro de van Dijck. Se requiere estudiar y analizar cómo se gesta una cultura del "compartir" y el "me gusta" desde un lugar como *Silicon Valley*, pero también cómo se logra propagar dicha cultura alrededor del globo, considerando las diferentes particularidades culturales que se producen en la apropiación de estos medios digitales en cada contexto. En este sentido, no se problematiza fuertemente cómo desde un lugar del norte se produjo casi toda la maquinaria digital que hoy moldea la sociabilidad digital del mundo, ni en cómo este fenómeno es re-apropiado de modos dispares en diferentes espacios -para lo cual existen estudios relevantes de notar como los de Daniel Miller y la denominada Antropología Digital (Horst & Miller, 2012; Miller, 2011; Miller et al. 2016).

Más allá de estas consideraciones, sin duda *La cultura de*

la conectividad es un libro sugerente y de riguroso análisis, logrando ofrecer al lector una mirada historiográfica y comparativa para los interesados en el estudio de las plataformas digitales. Desde su primera publicación ha sido ampliamente comentado en varios trabajos y ha revalorizado los análisis de economía política dentro de un campo de estudios cargado hacia nociones de la Web 2.0 como culturas participativas, abiertas y convergentes en donde se presta poca importancia a las relaciones socio-técnicas e intereses político-económicos en juego en cada una de estos nuevos medios digitales.

Referencias

- Andrejevic, M. (2014). Big Data, Big Questions | The Big Data Divide. *International Journal of Communication*, 8, 17.
- Arora, P. (2016). Bottom of the Data Pyramid: Big Data and the Global South. *International Journal of Communication*, 10, 19.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- Horst, H. & Miller, D. (Eds.) (2012). *Digital Anthropology*. Nueva York: Berg Publishers.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. Londres: University College London Press.

Matías Valderrama Barragán
Sociólogo y Magíster en Sociología, Pontificia Universidad Católica de Chile.
mbvalder@uc.cl