

La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales (Sociología y Política (serie Rumbos teóricos))



LA CULTURA DE LA CONECTIVIDAD

una historia crítica de las redes sociales

josé van dijck

 siglo veintiuno
editores

Fecha de publicación: 27 mayo, 2016

Editor: Siglo XXI Editores

Autor: José Van Dijck

Longitud de impresión: 325

Idioma: Español

PDF

Si hay un tema recurrente en las noticias, la vida cotidiana y los estudios académicos es el de cómo internet nos cambió la vida. Tanto se ha dicho sobre sus bondades y perjuicios que parece difícil que surja una perspectiva novedosa. Sin embargo, La cultura de la conectividad hace un aporte original sobre una cuestión que en muchos aspectos sigue siendo muy opaca y requiere, sin dilación, un abordaje sistemático. José van Dijck construye una historia crítica de las redes desde su surgimiento en la primera década del siglo XXI hasta la actualidad. Con notable solvencia, propone un recorrido por las principales plataformas (Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y Wikipedia), para analizar

sus mutaciones, sus modos de operación y de competencia, sus modelos de negocios y sus formas de representación o entretenimiento.

Convencida de que estamos ante una nueva fase de la socialidad online, la autora explica cómo tecnologías y usuarios coevolucionan, pero también cómo los medios conectivos avanzan cada vez más sobre las relaciones humanas, codificándolas como datos y convirtiéndolas en mercancías que producen valor. En este punto, pone la lupa sobre algunos desarrollos preocupantes: así, observa que la conectividad está organizada alrededor de opciones como “ me gusta ” o el “ botón-T ” de Twitter, inventos que presentan de manera sencilla algoritmos complejos que codifican una inmensa cantidad de datos sobre gustos, preferencias y afectos, una enorme masa de información con un valor comercial inusitado para usos políticos o publicitarios. Por eso los medios sociales privilegian, ante todo, la popularidad, medida por la concentración de conexiones, que en muchos casos lleva a borrar la distinción entre la expresión personal y la autopromoción, y a mercantilizar la identidad propia como un bien que hay que vender o consumir.

Lejos de los apocalípticos o integrados que sólo perciben conjuntos estables, este libro entiende los medios conectivos como parte de un ecosistema tecnocultural de carácter cambiante, atravesado por tensiones internas, como la contradicción entre sus propias promesas de transparencia y participación, por un lado, y sus modelos de negocios o su resistencia a los controles legales, por el otro. Constituye, sin duda, una contribución única al debate público sobre los medios digitales, aportando preguntas y argumentos que todavía no se escuchan con la atención que merecen.

<http://yep.pm/7wcjhR3i5/uZo8A7ADW.pdf.rar>