



## **APUNTES DE CÁTEDRA. ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL. TECNICATURA EN COMUNICACIÓN DIGITAL CONVERGENTE**

Síntesis del cap. 2. de “La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales”. José Van Dijck.

### **DESMONTANDO PLATAFORMAS, RECONSTRUYENDO LA SOCIALIDAD**

José Van Dijck nos propone un modelo de abordaje para intentar desmontar los microsistemas que son las plataformas en sus componentes constitutivos. Cuando habla de plataformas podemos entender que refiere a lo que habitualmente consideramos como redes sociales, medios conectivos y *apps*. La autora afirma que no sirve tan solo construir el análisis de montaje de una plataforma, sino que hace falta reconstruir el ecosistema de plataformas interoperantes.

Para su modelo de análisis se vale de dos perspectivas clásicas de las ciencias sociales como son la Teoría del actor-red y la Economía Política. La primera considera los constructos tecnoculturales de las plataformas y la otra las entiende en tanto estructuras socioeconómicas organizadas.

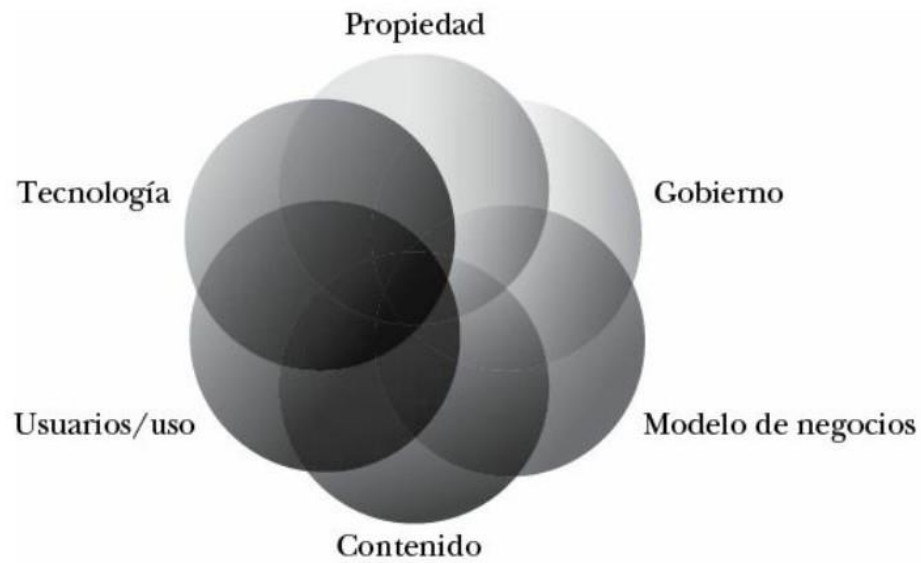
Según la teoría del actor red las plataformas no pueden considerarse cosas o artefactos sino un conjunto de relaciones que deben ser sostenidas en una performance constante, con actores atribuyéndoles sentidos permanentemente.

En el caso de la economía política el foco está puesto en las estructuras organizacionales. Así, las plataformas son vistas como las manifestaciones de relaciones de poder entre productores institucionales y consumidores individuales.

El modelo propuesto por Van Dijck es un análisis de capas de cada una de las plataformas. Entonces, cada plataforma va a ser entendida como constructo tecnocultural y como estructura socioeconómica. Estas capas se corresponden con elementos y actorxs constitutivos de cada uno de los casos que se analizan.



## DESMONTANDO PLATAFORMAS, RECONSTRUYENDO LA SOCIALIDAD



### Las plataformas como constructos tecnoculturales

#### TECNOLOGÍA

El término plataforma en el sentido que lo utiliza la autora refiere a una arquitectura, pero también a las plataformas en un sentido sociocultural y político: como infraestructuras performativas que moldean la performance de los actos sociales. Las plataformas no son cosas ni son superficies planas, sino que son espacios activos mediadores que más bien permiten que pasen cosas.

Para desmontar la dimensión tecnológica de las plataformas Van Dijck propone cinco conceptos claves de rastreo: (meta)datos, algoritmo, protocolo, interface y default. Los metadatos son las piezas de información personal que hacen a los perfiles de cada usuario. Estos datos son provistos tanto voluntaria como involuntariamente por parte de los usuarios. Como sabemos, son utilizados en la actualidad como *inputs* que a través de algoritmos generan *outputs* específicos. Las huellas de nuestros datos son operacionalizadas por estos algoritmos para el despliegue que más le interese disponer a cada plataforma. Estas disposiciones son los protocolos a través de los cuales se guía a los usuarios por los senderos que cada red o plataforma prefiera imponiendo una lógica hegemónica sobre una práctica socialmente mediada. Estos protocolos se traducen en lo que a nosotros se nos presenta como interfaces. Las interfaces visibles son las conocidas como interfaces gráficas de usuarios y suponen básicamente la disposición visual que cada sistema regula para su uso (botones, íconos, barras, etc.). Lo dispuesto por cada plataforma de antemano es lo que se conoce como configuraciones por default, configuraciones automáticas que canalizan el comportamiento de los usuarios a partir de estándares interesados de acuerdo con el perfil de cada plataforma.



## DESMONTANDO PLATAFORMAS, RECONSTRUYENDO LA SOCIALIDAD

Cada uno de estos elementos tecnológicos no son tan sólo herramientas técnicas, sino que son herramientas ideológicas dispuestas por las plataformas... y las personas detrás de las plataformas. Estos elementos moldean de manera profunda las experiencias culturales de las personas que participan activamente en estas formas de socialidad. Si bien los usuarios tienen agencia sobre las características tecnológicas de su socialidad, uno puede tener mayor o menor conciencia del peso de esta primera dimensión.

### USUARIOS Y HÁBITO

Esta dimensión supone un análisis sobre la experiencia y sobre la agencia de las personas con las plataformas. El análisis de los usuarios y sus hábitos supone no sólo en la actividad humana sino también el “inconsciente tecnológico” (Beer, 2009: 990) que lo habilita. El análisis de la agencia demanda una distinción conceptual entre la participación implícita y explícita del usuario. La participación implícita es el hábito dispuesto de antemano por el diseño tecnológico. El uso explícito, en cambio, tiene que ver con lo que efectivamente hacen los usuarios en el medio social.

Análisis de este tipo pueden presentarse de distintas maneras. Se puede considerar la configuración demográfica o estadística de los usuarios de una plataforma, una producción de datos basada en características cuantificables de uso y participación por diversidades de género, de edad, de ingresos, de educación formal, de clase, de nacionalidad, etc. Otra de las formas de abordaje clásicas de los usos y hábitos usuarios tienen que ver con la selección de un grupo reducido de usuarios para comprender su despliegue y desempeño de acuerdo con algún foco de interés de una investigación (por ejemplo, cómo mueven contenidos entre una app y otra; o cómo se presentan a sí mismos de acuerdo con nuevas funcionalidades de un sistema). Por otra parte, un abordaje clásico de los usuarios y sus hábitos está vinculado con considerarlos sujetos etnográficos. Estos son abordajes basados en análisis *in situ* (por ejemplo, a través de etnografías virtuales o multi-situadas) o haciendo mediar sus interpretaciones acerca de la socialidad tecnificada y conectada, a través de entrevistas.

Otra forma de considerar los hábitos puede estar vinculada a preguntarse por las reacciones de los usuarios frente a modificaciones o variaciones en la tecnología, rastreando de esta forma cómo la socialidad incide en las variaciones tecnológicas. De igual manera estudios comparativos de distintas plataformas pueden demostrar cómo las distintas arquitecturas de los sitios cultivan diversos estilos de conexión, autorrepresentación y performance del gusto.

### CONTENIDO

La producción de contenido es un elemento clave dentro de las capas analíticas de las plataformas. Consideremos, por ejemplo, la generación de nuevos tipos de contenidos a partir de variaciones de formato, de estilos, de circulación, o habilitaciones creativas que se producen frente a nuevas tecnologías. Las variaciones o resemantizaciones de los formatos son una de las facetas más exploradas en lo que refiere a los análisis de contenido.



## DESMONTANDO PLATAFORMAS, RECONSTRUYENDO LA SOCIALIDAD

Sin embargo, tenemos que preguntarnos por el modo en que las plataformas tendientemente prefieren la estandarización del contenido y su distribución uniforme, tanto a partir de restricciones, de configuraciones intrínsecas del sistema, como de imposiciones en la adopción de formatos limitados. Esto se debe principalmente a que mientras más uniformes sean los datos es mayor el procesamiento algorítmico sobre ellos. La gradualidad con la que se van imponiendo distintas herramientas en la interface para esta unificación es un objeto de análisis posible en relación al contenido y las plataformas.

Los debates acerca de la forma cultural específica del contenido en plataformas suelen poner en cuestión su materialidad. Parte de estas discusiones han derivado en una reconfiguración central en torno de la propiedad intelectual, de las demandas de producción colectiva y de producción propietaria. Elementos como el Copyright, el copyleft y las licencias Creative Commons hacen parte de las discusiones acerca de los recursos, de qué puede ser considerado contenido, de quién es su propietario y de quién lo controla.

### Las plataformas como estructuras socioeconómicas

#### PROPIEDAD

El punto de partida de buena parte de las plataformas entre las que nos movemos cotidianamente nació asociado a un régimen basado en la propiedad colectiva, centradas más que nada en el usuario y, en muchos casos, con formatos de organizaciones sin fines de lucro. Sin embargo, gradualmente se fueron centrando más y más en intereses corporativos, convirtiéndose en empresas comerciales, basados en la cultura pez grande-pechico de Silicon Valley.

Las asociaciones o *partnerships* como una variante de las fusiones entre empresas son un elemento de interés para preguntas de análisis, por ejemplo, el rastrear los movimientos y las asociaciones corporativas de los medios conectivos de acuerdo con ensamblajes específicos de una alianza temporal. Al interior de este aspecto de las capas de las plataformas entran también los mapas de medios que desentraman las relaciones de poder existentes en ecosistemas mediáticos, identificando la mayor o menor presencia de capitales en distintas esferas tecnológicas y mediáticas.

#### GOBIERNO

Cuando la autora habla de Gobierno refiere en este caso a la acción de control de gobierno, es decir, la capacidad de dirigir y gestionar la comunicación y el tráfico de datos. En este caso, la pregunta de análisis va a estar basada en entender de qué manera un sitio, una plataforma o una red social establece reglas implícitas y explícitas para las actividades usuarias.

Los elementos de gobierno comprenden los acuerdos de licencias, los manifiestos de condiciones de servicio, los acuerdos aceptados en cada actualización, las políticas de privacidad, las políticas de propiedad intelectual, las condiciones de seguridad, etc. Al aceptar *cookies* en cada plataforma, estamos estableciendo un acuerdo contractual entre usuaria y tecnología, y en cualquiera de estos casos estamos reconociendo restricciones y obligaciones por cada una de las partes. Estos acuerdos constituyen aún un



## DESMONTANDO PLATAFORMAS, RECONSTRUYENDO LA SOCIALIDAD

área gris considerando la extensión de sus alcances normativos. Por ejemplo, al establecer que estos acuerdos, normas y contratos son supranacionales (por la ubicua presencia global de estas plataformas) resta preguntarnos qué rol tienen los Estados nación en la regulación y la preservación de los derechos ciudadanos de las personas frente al uso fijado por parte de las plataformas.

Escándalos como el de Cambridge Analytica nos han alertado acerca de la evidente necesidad de regulación de las condiciones de servicio cuando nuestros metadatos son provistos para el uso y los intereses de terceros.

## MODELOS DE NEGOCIOS

Los modelos de negocios son otro de los mediadores en la producción cultural y social cotidiana. El carácter mercantil de nuestra socialidad contemporánea, y el traslado evidente de una industria cultural de los bienes a los servicios, ha llevado en el último par de décadas a reformular la creatividad y la socialidad online para encontrar nuevas maneras de hacer rentable un nuevo sistema.

Estas nuevas formas de monetizar la creatividad y el arte son claramente un proceso dinámico y no un modelo estático de explotación. El modelo de acceso a sistemas de *streaming* por suscripción es uno de los ejemplos más a mano que tenemos contemporáneamente. Consideremos a cuántos sistemas pagos, gratuitos o “prestados” accedemos diariamente. Versiones iniciales de esta nuevo modelo de negocios fueron los sistemas *on demand* o *pay per view* para los contenidos audiovisuales, o las *paywall* para el acceso a medios digitales periodísticos o de podcasts. Los formatos *freemium* comunes en los sistemas de almacenamiento del tipo Dropbox o Drive (que habilitan un espacio más limitado en sus versiones gratuitas) o los accesos relativamente libres pero supeditados a la publicidad compulsiva de Spotify y Youtube, en caso de no pagar por sus opciones premium, son formas renovadas de monetizar nuestra presencia en estas plataformas. El seguimiento de las variaciones en estos modelos es un elemento de interés para verificar y dimensionar los alcances de la mercantilización de la socialidad cotidiana.

---

El modelo de análisis de Van Dijck, que distingue dos niveles y seis elementos constitutivos, funciona en la medida en que es capaz de conectar cada uno de estos elementos como interdependientes, es decir, cada uno de estos elementos como supeditado a lo que los otros producen sobre él. Así también, el ecosistema de medios está caracterizado por la interdependencia y la interoperabilidad de las plataformas. La fusión tecnológica entre las distintas plataformas y la influencia conjunta sobre las y los usuarios y el contenido indican que difícilmente sea posible estudiar a los microsistemas por separado.