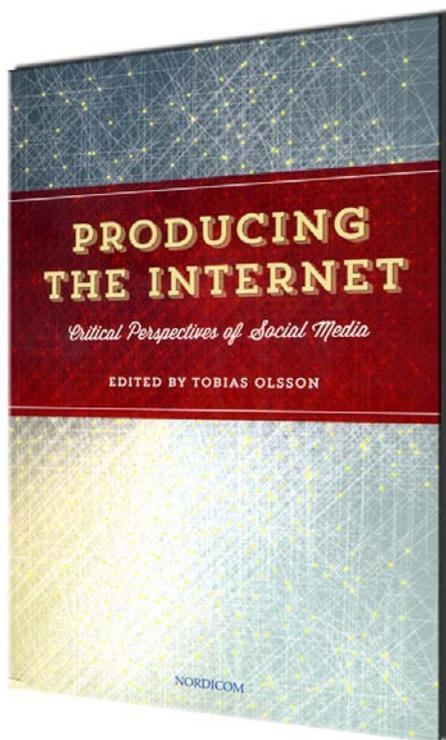


LIBROS

▼ Dashina Farguharson



Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media;
Olsson, Tobias; Goteborg, Sweden, Nordicom, 2013; 259 págs.

liza cómo ellos observan y manejan esta interactividad y la gran oportunidad de producción que la Web 2.0 ofrece a los usuarios no profesionales. Se analiza también cómo estos productores manejan las oportunidades tecnológicas ofrecidas por las distintos tipos de plataformas virtuales con las que se desarrolla la comunicación hoy en día y de cuán funcional es este trabajo de «multiplataformas». En la tercera sección el tema a tratar es el tema de las comunidades virtuales y sus productores. Los capítulos en esta sección utilizan ejemplos de comunidades virtuales existentes, para analizar qué son verdaderamente las comunidades virtuales, cómo han nacido y se han desarrollado, quiénes son los productores mediáticos que trabajan en ellas y cuál es el mejor espacio teórico para su estudio. Respondiendo a estas preguntas evalúan si estas comunidades virtuales pueden llegar a ser tan importantes como las comunidades «reales» y físicas en las que se convive diariamente. Por último, en la sección cuarta se encuentra un capítulo final que trata sobre las empresas y su relación con los medios de comunicación social. Se discute cómo utilizar estos últimos dentro de la esfera de las corporaciones. El autor de este último capítulo también hace un pequeño análisis crítico sobre un tema actual, las distintas páginas para fanáticos de Facebook y la peligrosa ruta de monetización a las que van dirigidas. Dentro de todas las secciones de la obra se pueden encontrar ejemplos y análisis de blogs y redes sociales utilizadas en la actualidad, como Facebook, jogg.se, bg-mamma, staller.se, vilma.se entre otras, que permiten al lector tener una perspectiva más práctica y real de la problemática teórica presentada y a la vez comprender la transformación de la web estática 1.0 a la nueva web interactiva de las redes sociales.

Los medios de comunicación social se han convertido en plataformas de comunicación cada vez más interactivas y creativas, en donde la participación de los usuarios es cada vez más grande y la producción de sociabilidad, conectividad e información mediática ya no puede ser atribuida únicamente a informáticos, sino a una amalgama de actores muchísimo más amplia y compleja. Estamos ante actores que sin saberlo, crean y transforman los medios sociales constantemente. En la presente obra encontramos una antología de investigaciones y monografías realizadas por diversos autores, en donde se analizan y discuten algunos de estos conceptos teóricos claves de la Web 2.0 (comunidades virtuales, plataformas, social media, usuarios, productores, participación y poder), que son fundamentales para comprender el mundo mediático digital y la cultura de participación que se encuentra dentro de él. El editor presenta este trabajo de investigación dividido en cuatro secciones distintas, cada una conformada por un grupo de capítulos enfocados en las distintas áreas de interés. Dentro de la primera se encuentran cuatro capítulos que abordan los temas de la producción y creación de plataformas de redes sociales. Abordan también los temas de participación, organización y formas de poder que se forman dentro de esta cultura mediática. Se discute si existe o no una verdadera participación democrática por parte de los usuarios, en especial hoy en día que los usuarios ya no son usuarios pasivos sino que se han convertido en usuarios que construyen, crean y producen dentro de una web cada vez más interactiva. En la segunda sección, por el contrario, el enfoque es sobre los productores mediáticos profesionales, aquellos ya establecidos firmemente dentro el mundo de los medios de comunicación. Se ana-