



mediaciones

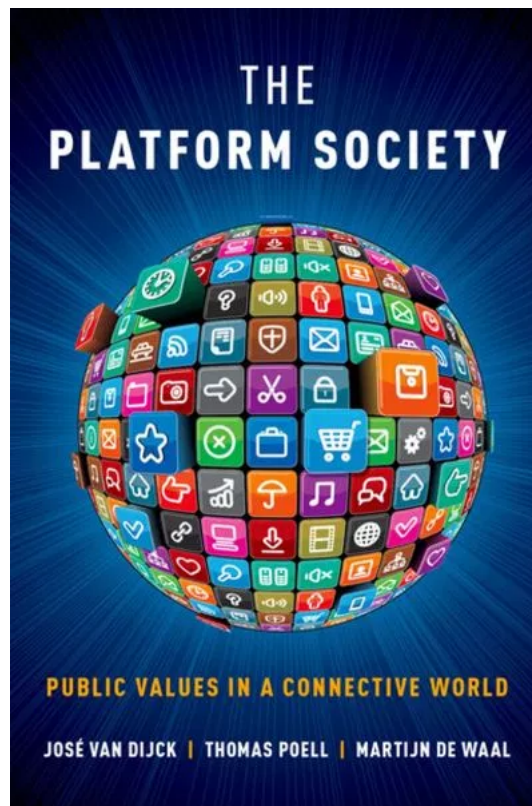


ABRIL 3, 2019 / 3 COMMENTS

La guerra de las plataformas (y algunos libros para leer en las trincheras)(II).

Viene de la primera parte

En esta segunda parte seguimos deshojando la margarita de las plataformas y reseñando algunos libros que alimentan nuestras conversaciones sobre estos temas.



The Platform Society

Comencemos por el título. **Jose van Dijck, Thomas Paoel y Martijn de Waal**, con un ojo puesto en la “sociedad-red” de **Manuel Castells**, apuestan por el concepto de “sociedad-plataforma” (*platform society*) porque ese término “enfatisa la intrincada relaciones entre las plataformas en línea y las estructuras sociales. Las plataformas no reflejan lo social: **ellas producen las estructuras sociales en que vivimos**”. Ya con este párrafo los autores se

enmarcan en las teorías de la mediatización, desde los trabajos de Eliseo Verón hasta Nick Couldry y Andreas Hepp, que sostienen la construcción de la realidad por parte de los medios. En este contexto, **las plataformas no son neutrales**: ellas vienen con un paquete de **normas y valores inscrito en sus algoritmos**.

Pero... ¿qué es una plataforma? Una plataforma en línea es una “**arquitectura digital programable** diseñada para **organizar interacciones entre usuarios**, no sólo usuarios finales sino también entidades corporativas y cuerpos públicos”. Las plataformas están orientadas a “la **recolección sistemática, procesamiento algorítmico, circulación y monetización de los datos de los usuarios**”. Un ensamblaje de plataformas conforma un “*platform ecosystem*” que modela nuestras prácticas cotidianas. En el caso de los países occidentales, la infraestructura de las plataformas está en manos de un puñado de megacorporaciones.

El libro presta particular atención a las **tensiones entre los intereses públicos y los privados**, y se cuestiona qué rol desempeñan las plataformas en la **organización de los valores públicos en las sociedades occidentales**. A lo largo de las páginas los autores van diseccionando plataformas en diversos sectores (ellos hablan de “*sectoral platforms*”), desde la información (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) hasta el transporte urbano (Uber, Cabify, Blablacar, etc.), la salud (PatientLikeMe, 23andMe, etc.) o la educación (Coursera, AltSchool, etc.).

The Platform Society es un volumen donde **los autores apuestan fuerte por la ANT (Actor-Network Theory)**, uno de los marcos teóricos de referencia de mis *Leyes de la Interfaz*. En decenas de páginas hay **conexiones con mi visión eco-evolutiva de la tecnología y los medios**. En el plano metodológico, proponen un modelo de análisis basado en **niveles** que dialoga a distancia con las investigaciones de **José L. Fernández** reseñadas en la primera parte:

- **Micro-nivel**: plataformas individuales (AirBnb, Uber, etc.)
- **Meso-nivel**: ecosistemas de plataformas (Gmail/Google Search/Youtube/etc.)
- **Macro-nivel**: “platform societies” (sociedad-plataforma).

The Platform Society es un libro que posee una densidad teórica mayor si la comparamos con el volumen anterior de **Jose van Dijck**. No dudo que será una obra de referencia en los próximos años (solo espero que **no tarden tanto tiempo en traducirla al castellano**).



Máquinas, plataformas, multitudes

Según **Andrew McAfee** y **Erik Brynjolfsson**, autores de *Machine, Platform, Crowd* (2017), los tres conceptos que titulan su libro son fundamentales para comprender las mutaciones tecnosociales de la sociedad postindustrial. McAfee y Brynjolfsson parten de una cita muy conocida del estratega **Tom Goodwin** que no tardó mucho en viralizarse (todos la hemos visto en algún Power Point o en una de esos horribles carteles coloreados que genera Facebook):

Uber, la compañía de taxis más grande del mundo, no posee vehículos. Facebook, el propietario de medios más popular del mundo, no crea contenidos. Alibaba, el minorista más valioso, no tiene inventario. Y Airbnb, el mayor proveedor de alojamiento del mundo, no posee bienes inmuebles (2017: 13).

Según McAfee y Brynjolfsson la *máquina*, la *plataforma* y la *multitud* tienen contrapartes. Para la **inteligencia de la máquina**, la contraparte es la **mente humana**; para la **multitud**, la contraparte es el **conocimiento, los procesos, la experiencia y las capacidades** que las empresas han desarrollado internamente y en sus cadenas de suministro. Las contrapartidas de las **plataformas** son los **bienes y servicios**: “un viaje en la ciudad es un producto, mientras que Uber es la plataforma que la gente usa para acceder a él. Lo mismo es cierto con los alojamientos y Airbnb, o las noticias y Facebook”. Esta mirada optimista y por momentos demasiado *light* –donde las plataformas como Facebook parecen ser simple espacios interactivos que ofrecen información– no impide que McAfee y Brynjolfsson, al final de su libro, alerten a sus lectores:

Dependiendo de cómo se usen, las máquinas, las plataformas y la multitud pueden tener efectos muy diferentes. Pueden concentrar el poder y la riqueza o distribuir la toma de decisiones y la prosperidad. Pueden aumentar la privacidad, mejorar la apertura o incluso hacer ambas cosas al mismo tiempo. Pueden crear un lugar de trabajo imbuido de inspiración y propósito, o uno impulsado por la codicia y el miedo (2017: 435).

A diferencia del próximo libro que reseñaré, en el volumen de **Andrew McAfee** y **Erik Brynjolfsson** se respira un clima muy optimista respecto a la evolución futura de las plataformas, **casi a contrapelo del creciente malestar en la cibercultura** que se expresa en las librerías de todo el mundo.



Capitalismo de plataformas

Según **Nick Srnicek** el capitalismo, para afrontar la prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, **“se volcó hacia los datos como un modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad de cara al inerte sector de la producción”** (2018: 13). Después de una rápida descripción del origen y evolución del capitalismo industrial, Srnicek describe la **crisis de ese modelo de acumulación** y la emergencia de **las plataformas como el nuevo modelo de negocios**. Para Srnicek el **capitalismo avanzado del siglo XXI se centra en la extracción y uso de datos**:

Los datos son la materia prima que debe ser extraída, y las actividades de los usuarios, la fuente natural de esta materia prima (2018: 42)

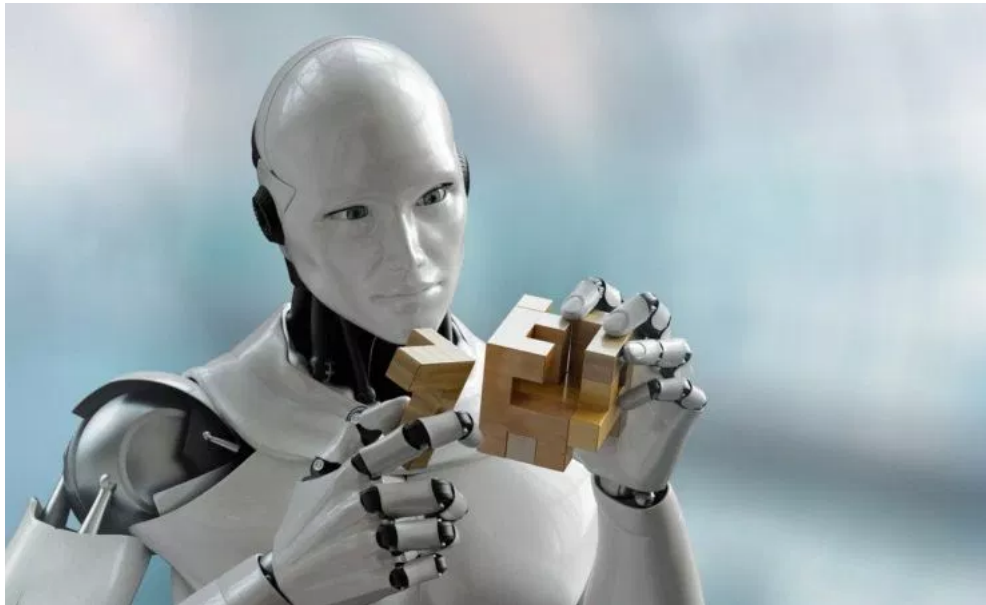
El libro de Srnicek se convierte en una **lectura obligatoria** cuando comienza a analizar la **guerra de las plataformas** y las tendencias que atraviesan a este sector de la economía capitalista:

La competitividad en las plataformas no se estima solamente mediante el criterio de una diferencia máxima entre costos y precios; la recolección y el análisis de datos también inciden en la manera en que se estima y se clasifica la competitividad. Esto significa que, **si estas plataformas quieren seguir siendo competitivas, tienen que intensificar la extracción, el análisis y el control de datos** -y para hacerlo tienen que invertir en capital fijo-. **Y aunque su impulso genético es hacia la monopolización, hoy en día se enfrentan a un ambiente cada vez más competitivo compuesto por otras grandes plataformas** (2018: 91).

Resumiendo: en *Capitalismo de plataformas* (leer la introducción) Srnicek presenta un análisis muy fresco de la economía de los datos pero, a mi entender, **esa es sólo una dimensión del funcionamiento de las plataformas**. Trataré de explicarme: **el Estado moderno y las empresas capitalistas siempre aspiraron a extraer y procesar datos de sus ciudadanos/clientes**. Desde su origen **la estadística ha sido una disciplina científica al servicio del Estado moderno** (censos, registros de nacimientos y defunciones, cálculo de jubilaciones, etc.) **y del capitalismo** (desde el cálculo de la expectativa de vida que interesa a las empresas de seguros hasta la medición del rating televisivo). **Las plataformas, como bien explica Srnicek, han llevado estos procesos de obtención y procesamiento de datos a un nivel nunca visto hasta ahora.**

Ahora bien: **¿Podemos reducir a empresas con Facebook, Google, Amazon, Uber o Airbnb simplemente a esta dimensión?** Pensar que Amazon o Uber son solo empresas que utilizan datos como materia prima y lucran con ellos me parece reductivo, casi como pensar que la vieja televisión de *broadcasting* era solo un dispositivo para generar rating. Siguiendo con este ejemplo, las transformaciones sociales que generó la televisión a su alrededor no se pueden reducir a la dimensión “matemática” del rating, de la misma manera que **no podemos simplificar el rol de las nuevas corporaciones exclusivamente a su dimensión “algorítmica”**.

En breve: **coincido con casi todos los planteos críticos de Srnicek**, desde la explotación del personal que trabaja en estas empresas hasta los peligros que implica la monopolización, pero considero que **debemos abrir el abanico interpretativo a la hora de analizar las plataformas**. En ese sentido, el modelo introducido por **José van Dijck** en 2013 me parece más amplio y multidimensional (ver la primera parte de este post) que la mirada reduccionista de Srnicek.



¿Y ahora qué?

La sensación después de leer el libro de Nick Srnicek es... **¿y ahora qué?** Algo similar me pasó el otro día, al terminar la intervención de **Éric Sadin** (autor de *La siliconización del mundo*) en el CCCB durante Kosmópolis. De frente al discurso ingenuo de autores como McAfee y Brynjolfsson (*Machine, Platform, Crowd*), **el pensamiento crítico no parece saber cómo moverse más allá de la denuncia a los algoritmos y la proclamación del advenimiento de un distópico mundo orwelliano.**

En la tercera y última parte de este post volveré sobre estos temas.

Sigue en la tercera parte.

Bonus tracks

Do platforms bypass or replace institutions?

