



MAYO 19, 2019 / 2 COMMENTS

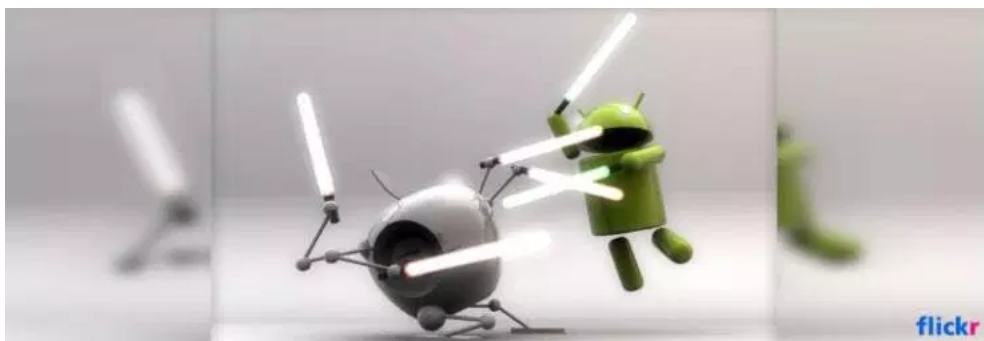
La guerra de las plataformas (III).

Viene de la segunda parte

Esta es la tercera y última parte (por ahora) de una serie de posts sobre las **plataformas**. Si la entrada anterior terminó con una **crítica de ciertos discursos críticos** ("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"), quisiera cerrar esta serie con algunas **ideas destinadas a refrescar unas conversaciones embebidas de apocalipticismo**.

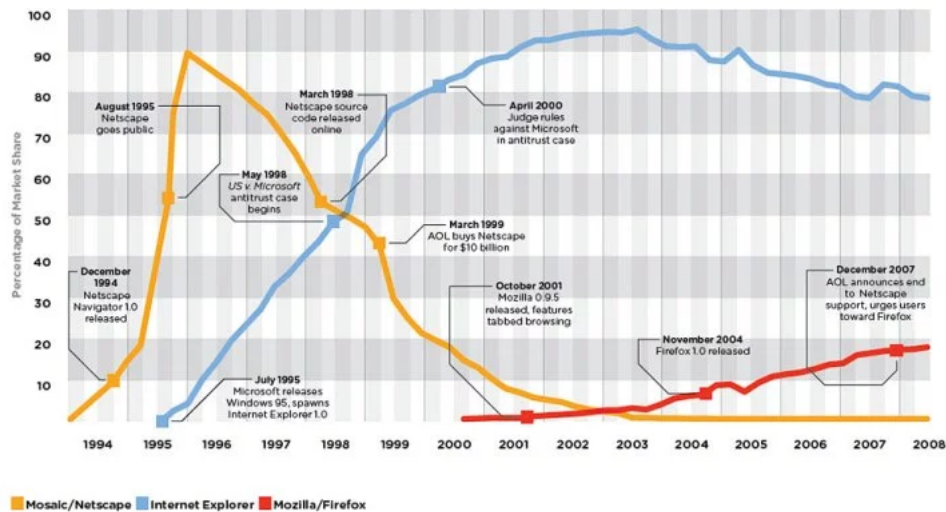
Me aburren los investigadores e intelectuales que se dedican a despotricar contra las plataformas y las corporaciones digitales... en Twitter y Facebook. Las plataformas y sus algoritmos han llegado para quedarse, son un espacio donde se expresa **todo tipo de conflictos** y sería un gran error político negar su existencia o plantearse un repliegue ("me voy de Facebook"). ¿Cuántos de esos colegas que levantan las banderas del "malestar en la cibercultura" están dispuestos a abandonar las redes sociales, los servicios de Gmail o Whatsapp, o dejar de mirar series en Netflix? Más que quedarnos lagrimeando porque "Facebook sabe todo de nosotros" o "Netflix diseña series a partir de los algoritmos", lo más productivo es **comprender cómo funcionan estos espacios** y activar otros espacios o usos dentro (y fuera) de ellos. Por ejemplo **Tim Berners-Lee**, el creador de la World Wide Web, es uno de los actores clave que está pensando en posibles alternativas al actual funcionamiento de las plataformas.

Pero antes de llegar a esa parte me gustaría decir algo sobre el título de esta serie de entradas: la **guerra de las plataformas**.



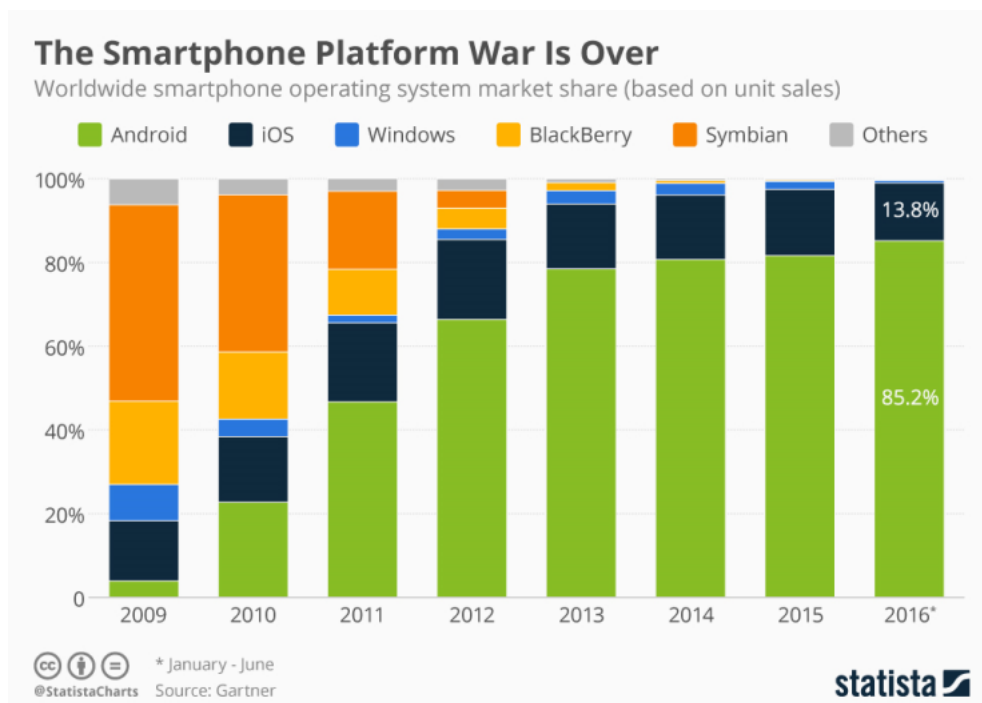
La guerra de las plataformas

En la década de los 80 el gran conflicto fue entre sistemas operativos: la irrupción del Macintosh en 1984 consolidó un estándar que obligó a las otras empresas a producir contrarreloj un sistema operativo con interfaz gráfica. Esa fue la época de **la gran guerra en los sistemas Apple Macintosh y Microsoft Windows**. Durante varios años corrieron ríos de tinta y se lanzaron cientos de misiles entre ambas trincheras: la de los que defendían el diseño y estabilidad de la obra maestra de **Steve Jobs** contra los que reivindicaban la apertura (el Mac era considerado un sistema opaco, cerrado al usuario) y difusión masiva del sistema de **Bill Gates**.



En la década siguiente, la guerra se trasladó a la web: el conflicto que animó los años 90 fue **la guerra de los navegadores (browser's war) entre Netscape y MS Internet Explorer** (ver imagen superior). Si bien Netscape se posicionó rápidamente como el primer navegador de uso masivo (era **gratuito** y, cosa nunca más vista, **permitía pasar de un entorno de navegación a otro de creación de páginas web con solo activar un botón**), Microsoft hizo de todo para conquistar con su *browser* los nuevos continentes virtuales del ciberespacio. Como se puede ver en la imagen, en 1998 se dio el *sorpasso*. **¿Cómo lo consiguió Microsoft?** Instalando el MS Internet Explorer en todos los ordenadores que incluían Windows y contratando a los mejores abogados de los Estados Unidos (ver el caso Estados Unidos contra Microsoft, que se cerró recién en 2004).

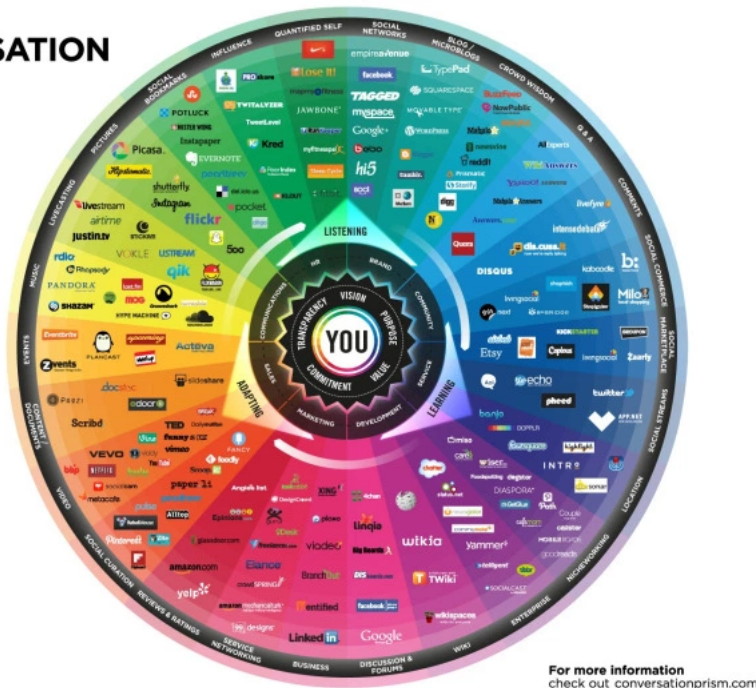
En la década del 2000 y 2010, los campos de batalla se diversificaron. Por un lado, tenemos la **gran guerra entre sistemas operativos para dispositivos móviles**, la cual **repite en cierta forma las dinámicas de los conflictos de los años 80** (un sistema opaco pero muy bien diseñado versus otro abierto pero más proclive a los bugs y ataques externos) pero ahora con **nuevos actores**. En este caso, la balanza volvió a inclinarse a favor de los grandes sistemas abiertos pero el núcleo duro de usuarios de Apple resiste los embates:



El nuevo gran conflicto se está dando a nivel de las plataformas. Aquí la situación es mucho más divertida porque hay **decenas de contrincantes** y el **campo de batalla está mucho más fragmentado**: hay plataformas compitiendo en el sector del transporte (Uber, Cabify, Taxify, etc.), la educación (Coursera, Miriada, Khan Academy, etc.), los videojuegos (Steam, Origin, Epic Game Store), la música (Spotify, iTunes, Pandora, etc.) o los contenidos audiovisuales (Netflix, Hulu, HBO, Disney, etc.). El siguiente gráfico elaborado por **Brian Solis** y **JESS3** es un buen mapa del territorio superpoblado del que estamos hablando:

THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by
Brian Solis & JESS3



En los últimos años **Brian Solis** y **JESS3** han actualizado este mapa en varias ocasiones: la emergencia de nuevas plataformas y el acortamiento del ciclo vital de muchas de ellas obliga a tener bajo control un **ecosistema en eferescencia y en permanente transformación**. Un **ecosistema imposible de predecir** y del cual no **podemos vislumbrar su configuración de aquí a 5 o 10 años**.

Este es el territorio donde los investigadores y teóricos de la comunicación nos debemos mover. **Cualquier análisis o diagnóstico que hagamos de una o varias plataformas tiene una vida útil limitada**. Como ya dije varias veces, **emitir juicios definitivos sobre estos temas es tan peligroso como escribir sobre vulcanología en la cúspide de un volcán en plena erupción**. Esto no implica abandonar las miradas críticas, todo lo contrario, pero nos obliga a afinar los discursos y dar pasos con cautela en el plano científico.

Ahora sí, podemos volver a las **posibles alternativas a las actuales plataformas**.



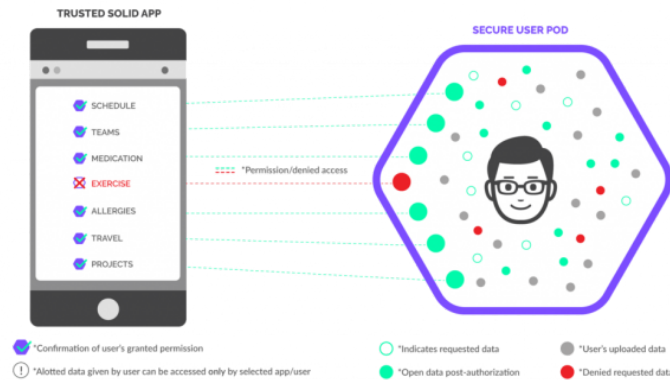
Solid

Solid es el proyecto de **Tim Berners-Lee** que apunta a la descentralización de la World Wide Web a través de un nuevo sistema de gestión de los datos personales y la privacidad:

Solid (derived from "social linked data") is a proposed set of conventions and tools for building decentralized social applications based on Linked Data principles. Solid is modular and extensible and it relies as much as possible on existing W3C standards and protocols.

¿Qué ofrece Solid?

- **True data ownership:** Users should have the freedom to choose where their data resides and who is allowed to access it. By decoupling content from the application itself, users are now able to do so.
- **Modular design:** Because applications are decoupled from the data they produce, users will be able to avoid vendor lock-in, seamlessly switching between apps and personal data storage servers, without losing any data or social connections.
- **Reusing existing data:** Developers will be able to easily innovate by creating new apps or improving current apps, all while reusing existing data that was created by other apps.



¿Funcionará esta propuesta? No es la primera vez que Tim Berners-Lee intenta ir más allá de la criatura que él mismo inventó al comienzo de los años 90. Hace unos veinte años llevó adelante el proyecto de la llamada Web 3.0 o Web Semántica que pasó a la historia sin pena ni gloria. De todos modos, **que los ingenieros asuman las limitaciones y problemas que generan las actuales plataformas es un paso adelante**. En este contexto, más que fijar la mirada exclusivamente en la actitud de las grandes corporaciones, deberíamos estar atentos a la **emergencia de nuevas plataformas y espacios de interacción en la periferia del gran mapa** creado por Brian Solis y JESS3.

Un cambio multidimensional

Si en el post anterior critiqué los enfoques analíticos **monodimensionales** (“no podemos simplificar el rol de las nuevas corporaciones exclusivamente a su dimensión algorítmica”), es evidente que **los cambios no pueden venir de un solo lugar o profesión**. O sea, **ni los ingenieros ni los sociólogos, filósofos o comunicadores nos van a sacar por sí solos de este berenjenal**.

Si retomamos el modelo de **Jose van Dijck** que mencioné en el primer post de esta serie -el cual **no se reducía a la denuncia de los malvados algoritmos** sino que abordaba el estudio de las plataformas a partir del análisis de la **propiedad**, la **gobernanza**, el **modelo de negocios**, la **tecnología**, los **usuarios y usos**, y los **contenidos**-, entonces **las propuestas de cambio deberían tener en cuenta todos esos niveles**. Operar solo sobre la propiedad (fragmentando las grandes corporaciones) o sobre lo tecnológico (proponiendo limitar el accionar de los algoritmos) no será suficiente si, por ejemplo, no incluimos acciones sobre los usuarios (alfabetización digital) o la gobernanza (nuevos sistemas de toma de decisiones) de las plataformas.

Dicho en términos de *Las leyes de la interfaz*: **no basta cambiar un actor humano, institucional o tecnológico para transformar una interfaz**. A menudo, la solución pasa por **modificar las relaciones y procesos** y no tanto por incorporar nuevos actores a la red.



Apuntes finales

Además de las **oposiciones** indicadas en la primera parte de este post (**centralizado vs. descentralizado, centrífugo vs. centrípeto**), para poder teorizar sobre las plataformas necesitamos desarrollar un **diccionario compartido de conceptos** y, obviamente, pensar en **taxonomías más formales** que vayan más allá de las propuestas por van Dijck (2013). En ese sentido, **todos los textos reseñados en estas tres entradas, en mayor o menor medida, proponen conceptos y categorías de análisis de gran utilidad para los investigadores**.

Las plataformas son un continente, un territorio inabarcable donde **cada vez más se desarrolla la vida social del Homo sapiens**: ahí los habitantes del planeta se presentan en sociedad al momento de nacer, hacen amigos, comparten trucos para ganar en los videojuegos, encuentran pareja, buscan trabajo, contratan apartamentos y transportes, difunden gatitos, pierden parejas y la plataforma, cada tanto, se encarga de recordarles todos esos momentos de su vida.

En las plataformas pasan cosas mucho más complejas que en los viejos medios de la era del *broadcasting*. Si los teóricos de la comunicación tardaron varias décadas en poner a foco una pequeña parte de las lógicas de producción, circulación y consumo que animaban la vida mediática, la **emergencia de las plataformas, con todas sus tensiones, fricciones y rápidas evoluciones (el ciclo vital de las plataformas parece ser mucho más corto y frenético que el de los viejos medios), pone a prueba la capacidad de analizar y generar teorías de cualquier investigador.**

Insisto con una cuestión: si en los libros de los años 90 se extrañaba la falta de perspectiva crítica, **ahora los discursos hegemónicos de corte apocalíptico nos están llevando en la dirección contraria...** Cualquiera de los dos enfoques aportan poco al conocimiento científico y dificultan el desarrollo de una sociedad más abierta y democrática. Y lo repito: **las redes digitales no son (nunca fueron) el paraíso soñado en los años 90 ni el infierno del 2019.** Estoy convencido de que **los discursos utópicos –y sus contrarios, los discursos catastrofistas- se anulan mutuamente y suelen ser fuente de aburridísimas conversaciones ya escuchadas a propósito de los medios masivos durante cinco décadas.**

Queda mucho por investigar, teorizar y criticar. Adoptar posiciones maniqueas o caer en simplismos no ayuda mucho. Por el contrario, debemos afinar **instrumentos metodológicos muy precisos** (donde lo cuantitativo dialogue con lo cualitativo) y desarrollar **cuerpos teóricos de alta densidad** para comprender lo que está pasando. Y todo esto en un contexto de rápida transformación socio-tecnológica.

Un desafío fascinante para los que investigamos la comunicación y aspiramos a una sociedad más democrática y justa.

About the author

Carlos A. Scolari

Carlos Scolari Sitio d Autor

About the post

Ecología, Evolución, Hipermediaciones, Interfaces

ciberculturas, conceptos, ecología, evolución, hipermediaciones, interfaces, redes, teorías, teorías de la comunicación

One Comment

Add yours →

1. paulo celso Silva MAYO 19, 2019 — 2:39 PM

Enhorabuena!! la serie de artículos nos ponen a pensar y reflexionar a cerca de las plataformas, pero con más cuidado y crítica. grande saludo

RESPONDER

One Pingback

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

BLOG DE WORDPRESS.COM. . SUBIR ↑