

mediaciones

MENÚ



MARZO 30, 2019 / 3 COMMENTS

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

Si alguien me parara por la calle y me preguntara: “¿Cuál es el gran cambio que se está viviendo en los medios de comunicación?” no dudaría en responderle: el pasaje del *broadcasting* al *networking*. Si entre los siglos XVIII-XIX se pasó de la energía del viento y del agua a la del vapor, entre el siglo XX y el XXI se dio el pasaje de una ecología mediática donde reinaba el T-Rex televisivo a otra donde, si bien el *broadcasting* no desaparece, tiende a perder la centralidad que tenía y su lugar en la economía de la atención comienza a ser disputado por las nuevas especies interactivas.

¿Cómo son estas nuevas especies mediáticas? Podría decirse que se trata de **especies depredadoras de nuestra atención**: el tiempo que pasamos en Twitter o Instagram es tiempo robado a la lectura de libros o al visionado de la vieja televisión abierta. Todas estas nuevas especies invasoras, desde Twitter a Facebook, pasando por Netflix, Spotify, Instagram o la misma Wikipedia, pueden ser definidas como “**plataformas**”, un concepto que en estos últimos tiempos, después de una primera fase de adopción sin mayores cuestionamientos, **está comenzando a ser abordado críticamente por no pocos investigadores**.

Este post tiene, por una parte, el objetivo de reflexionar sobre el nuevo conflicto que se está dando en la ecología mediática: **la guerra de las plataformas**. Estas reflexiones, y este es el segundo objetivo, estarán condimentadas con una serie de **reseñas de libros sobre las plataformas** publicados en los últimos meses y que ya son bibliografía obligatoria a la hora de tratar estos temas.

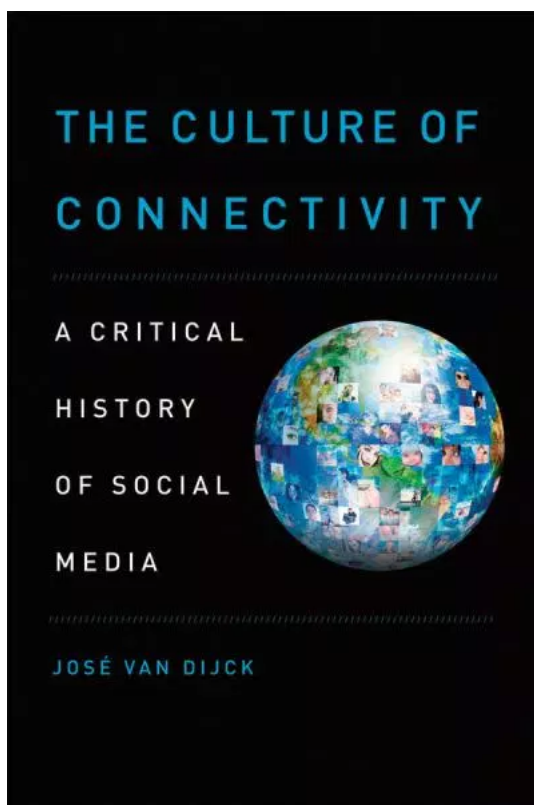


Parte de guerra n. 1 (centralizado vs. descentralizado)

Los años que van desde 1960 a 1980 pueden ser considerados la **edad de oro de los sistemas mainframe** (ver foto), esos sistemas de computación donde las funciones de cálculo (CPU) y memoria estaban centralizadas y los usuarios -por lo general empleados administrativos- interactuaban con la máquina a través de una red de terminales que solo tenían teclado y pantalla. En otras palabras, eran **terminales “bobos” (dumb), sin capacidad de pensar ni archivar información.**

La llegada de las *Personal Computer* (PC) en los años 1980 cambiaría radicalmente la forma de usar y las funciones de las máquinas digitales. Por un lado, el abaratamiento de los chips hizo que las computadoras personales pudieran “pensar por su cuenta” y no depender de una unidad central de cálculo; por otro lado, al caer también el precio de las memorias (discos duros) **estas máquinas alcanzaron una autonomía total**, especialmente en ámbito hogareño y en pequeñas empresas e instituciones.

Pero esta autonomía duraría poco: la llegada de la World Wide Web y su evolución posterior (estoy hablando de la web colaborativa o “Web 2.0”) cambiarían nuevamente el paradigma de funcionamiento y uso de las máquinas digitales. Precisamente el primer punto del documento fundacional de la nueva web (“What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” por Tim O’Reilly) es claro al respecto: **la web debe ser entendida como una plataforma** (*The Web As Platform*). La explosión de dispositivos móviles y la creciente cantidad de contenidos distribuidos vía Internet nos está llevando a un regreso al pasado. En breve: **estamos volviendo a sistemas donde los datos están centralizados en un megaservidor y nuestras pantallas tienden a convertirse en terminales tontos** que sólo sirven para elegir una serie o aplicar un filtro a una foto. En este contexto, un puñado de empresas tienen el control de esos servidores y las interfaces de acceso, demoliendo con sus prácticas los principios de neutralidad y apertura que caracterizaron desde su nacimiento a las redes digitales (ver mi post *The Internet is broken*).



La cultura de la conectividad

En *The Culture of Connectivity* (2013) **Jose van Dijck**, una investigadora de la University of Amsterdam, trazó uno de los primeros mapas transdisciplinarios de ese territorio conocido como “Web 2.0”. Si bien su enfoque es más bien sociológico, la **metáfora ecológica** atraviesa de una punta a otra este volumen. *The Culture of Connectivity* es un libro muy útil porque, además de encuadrarlas desde la teoría, presenta uno de los más completos modelos de análisis de las nuevas plataformas de comunicación. Según **van Dijck** existen cuatro tipos de plataformas:

- **Social Network Sites** (SNSs): promueven intercambio personal (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc).
- **User-Generated Content** (UGC): sirven de apoyo a la creatividad, intercambio cultural entre profesionales y amateurs, etc. (YouTube, Flickr, MySpace, Wikipedia).
- **Trading and Marketing Sites** (TMSs): venta de productos (Amazon, eBay, Groupon, Craigslist).
- **Play and Game Sites** (PGSs): videojuegos (FarmVille, CityVille, The Sims Social, Angry Birds).

El modelo analítico de Jose van Dijck propone seis puertas de entrada o miradas de las plataformas de comunicación que combinan un doble acercamiento: 1) las plataformas como **estructuras socio-económicas**, y 2) las plataformas como **construcciones tecno-culturales**.

- **Análisis de la propiedad:** ¿Quién es el dueño de la plataforma? ¿Cómo evolucionó la propiedad? ¿Fusiones con otras plataformas? ¿Adquisiciones?
- **Análisis de la gobernanza:** ¿Cuáles son los términos contractuales del servicio? ¿Cómo se gestiona la plataforma? ¿Cómo se produce la toma de decisiones?
- **Análisis del modelo de negocios:** ¿Cómo gana dinero la empresa? ¿Cuáles son las estrategias de monetización? ¿Cómo impactan los modelos de negocios en la usabilidad, servicios o contenidos? ¿Se explotan económicamente los datos personales?
- **Análisis de la tecnología:** ¿Cómo funciona la plataforma? ¿Principales tecnologías? ¿Cómo condiciona la tecnología la actividad de los usuarios?
- **Análisis de usuarios y usos:** ¿Quiénes son los usuarios? ¿Cómo y cuándo usan la plataforma? ¿Se han dado migraciones desde/hacia la plataforma? ¿Cómo afectan los cambios en la plataforma la actividad de los usuarios? ¿Cómo se gestiona la privacidad?

- **Análisis de los contenidos:** ¿Qué tipos de contenidos incluye? ¿Son personalizados? ¿Respetan la interfaz los principios de usabilidad?

Como se puede ver, **este modelo de análisis es muy fácil de aplicar** y se presenta como un *tool* muy útil para analizar diferentes tipos de plataformas. En *The Culture of Connectivity* **Jose van Dijck** lo aplica a espacios clásicos de la Web 2.0 como YouTube, Wikipedia, Flickr, etc. pero, obviamente, se puede extender su uso a todo tipo de plataformas.



Parte de guerra n. 2 (centrífugo vs. centrípeto)

“Los soldados de la patria no conocen el lujo, sino la gloria” decía el general argentino **José de San Martín**. Hace un par de meses me llegó un correo anunciando **la muerte en combate de la plataforma Google+ a partir del 2 de abril**. **Google+** no ha sido la primera víctima de la megacorporación Alphabet: en los años anteriores murieron **Google Buzz**, **Google Wave** y alguna otra plataforma que ahora no recuerdo. La muerte sin pena ni gloria de **Google+** debe encuadrarse en la **batalla entre Google y Facebook**, un conflicto que ya lleva una década (ver el artículo de *Wired* del 2009 “Great Wall of Facebook: the social network’s plan to dominate the Internet – and keep Google out”) y que puede sintetizarse en la lucha entre dos formas de concebir la navegación digital: **centrífuga versus centrípeta**. O sea, estamos hablando de la oposición entre pasar poco tiempo en una plataforma -por ejemplo Google Search- versus pasar mucho tiempo en una plataforma -por ejemplo Facebook o Google Drive-.

El conflicto entre plataformas centrífugas y centrípetas lo abordé en un post del 2009, así que **no voy a estar aquí repitiendo cosas ya dichas** (“Facebook vs. Google: webs centrífugas, centrípetas y cloud computing”). Mejor traer esa oposición de matriz semiótica a nuestros días. ¿Por qué? Porque la **oposición entre arquitectura centralizada vs. arquitectura descentralizada** que acabamos de ver en la sección anterior, sumada a la **oposición entre webs centrífugas/centrípetas**, me parece fundamental para **mapear las formas que asumen las transformaciones del ecosistema mediático en general y de la red digital en particular**. Ambos pares de oposiciones están fuertemente vinculados y nos resultan de gran utilidad para **analizar la evolución de los grandes actores de ese ecosistema**. Por ejemplo: si en el año 2000 Google era un *search-engine* al cual solo le interesaba llevarnos en pocos microsegundos a la información que buscábamos (**modelo centrífugo**) en el contexto de una arquitectura altamente **descentralizada** (Google no guardaba archivos, solo los datos de navegación), hoy le interesa que pasemos mucho tiempo dentro del nicho-Google (Google Mail, Google Drive, YouTube, Hangout, etc.), o sea que apuesta por un **modelo centrípeto** en el contexto de una **arquitectura en proceso de centralización** donde los archivos (vídeos, documentos, hojas de cálculo, etc.) están en una nube que ellos controlan.

¿Se entiende, no? Google se forró de dinero con una plataforma centrípeta-descentralizada pero llegó Facebook, con su lógica centrípeta-centralizada, y le comenzó a robar el negocio. De ahí que los moochachos de Google se pusieran las pilas y crearan plataformas centrípetas y centralizadas (**Google Wave**, **Google Buzz**, **Google+**) para mantener a los usuarios dentro de su *walled-garden*. Sin embargo, **en los últimos años han proliferado las plataformas y aplicaciones que compiten para darnos servicios/contenidos al mismo tiempo que extraen nuestros datos personales**. Por eso hablo de la guerra de las plataformas.



Plataformas y mediatizaciones

Siguiendo con las recomendaciones bibliográficas, vamos del otro lado del Atlántico. **J. L. Fernández** (2018) propone una mirada desde la **socio-semiótica** y la **teoría de las mediatizaciones** que tiene muchos paralelismos con el trabajo de **van Dijck, Paoel y Waal** (2018) del cual hablaremos más adelante. Tres ideas fuertes de Fernández:

- Una “**plataforma de mediatización** es un complejo **sistema multimodal de intercambios discursivos...**”
- En las plataformas “**conviven todas las formas de mediatización conocidas**” (originadas en los medios escritos, orales, visuales, etc.).
- “Hoy, todo aspecto de la vida social es susceptible de ser, en algún sentido, **gestionado a través de plataformas mediáticas**”.

A nivel metodológico, **J.L. Fernández** propone **ir de lo micro a lo macro**. Pero el autor nos advierte: “el camino no debe confundirse con ir de lo simple a lo complejo: no hay nada más complejo que lo que se encuentra en lo micro y nada más simplificado que sostener posiciones macro”. Para avanzar por ese camino no basta llevar una mochila con un mismo conjunto de herramientas: J.L. Fernández apuesta por un **triple equipamiento sociosemiótico, etnográfico y estadístico** sustentando en su experiencia como analista de medios dentro y fuera de la universidad. Finalmente, un detalle que no podemos dejar de mencionar: J.L. Fernández se mueve con habilidad y **evita el riesgo de caer en el refundacionismo**, ese pecado analítico que solo ve discontinuidades y revoluciones tecnológicas en cada esquina y resulta incapaz de identificar las continuidades con el pasado. Estas persistencias también se verifican en la bibliografía, donde conviven clásicos como **Claude Lévi-Strauss**, **Erwin Goffman** y **Eliseo Verón** con lo último de **Jose van Dijck** y **Lev Manovich**.

Hasta aquí llegamos hoy. En la segunda parte del post seguiremos deshojando la margarita de las plataformas y hablaremos de otros libros, por ejemplo de *The Platform Society* de **Jose van Dijck**, **Thomas Paoel** y **Martijn de Waal** (2018) y *Capitalismo de plataformas* de **Nick Srnicek** (2018), entre otros.

Sigue en la segunda parte

About the author

Carlos A. Scolari

Carlos Scolari Sitio de Autor

About the post

Evolución, Interfaces, Libros

ciberculturas, conceptos, ecología, evolución, hipermediaciones, interfaces, lecturas, Libros, redes

0 Comments

Add yours →

3 Pingbacks

1. Leituras recomendadas para o dia 30/03/2019 – Caio Cesar Giannini Oliveira
2. La guerra de las plataformas (y algunos libros para leer en las trincheras)(II). | Hipermediaciones
3. La guerra de las plataformas (III). | Hipermediaciones

BLOG DE WORDPRESS.COM. . SUBIR ↑