

RESEÑA DE LA GUERRA DE LAS PLATAFORMAS. DEL PAPIRO AL METAVERSO DE CARLOS SCOLARI

Nigro, Patricia M.

**RESEÑA DE LA GUERRA DE LAS PLATAFORMAS. DEL PAPIRO AL METAVERSO
DE CARLOS SCOLARI**

Nigro, Patricia María

Universidad Austral

nigropatricia@gmail.com

Material original e inédito autorizado para su primera publicación en la Revista Académica
Hologramática

Recibido: 10-05-2023

Aceptado: 01-06-2023

Carlos Scolari es catedrático en el Departamento de Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra. Allí dirige el Doctorado en Comunicación. Ha publicado ensayos como *Narrativas transmedia*, *Ecología de los Medios*, *Las leyes de la interfaz*, *Cultura Snack* y la novela *La Gran Enciclopedia Argentina*. Es rosarino y vive en España hace muchos años.

La guerra de las plataformas tiene 7 capítulos y un apartado de lecturas recomendadas. El capítulo 1 se titula El arte de la guerra mediática; el 2, Papiros contra pergaminos; el 3, Copistas, impresores e inquisidores; el 4, Kinetoscopios, pantallas y patentes; el 5, La guerra de los navegadores y el 7, el último, La guerra de las plataformas. El libro pertenece a la colección Nuevos Cuadernos Anagrama. Su brevedad no esconde la profundidad de los conocimientos y trayectoria intelectual de su autor respecto de la Ecología de los Medios.

El título del capítulo 1 hace referencia al libro de Sun tzu *El arte de la guerra* (la intertextualidad es característica del estilo de Scolari). Se adopta un enfoque a largo plazo y cronológico para revisar con cuidado algunos puntos clave de la guerra mediática o guerra de

plataformas. Sin embargo, la ecología mediática es ecología y evolución de los medios y, por lo tanto, la visión será diacrónica y sincrónica.

Podríamos relacionar este texto con el libro de Thomas Kuhn *La estructura de las revoluciones científicas*, porque observamos una “guerra” cada vez que se produce un cambio de paradigmas en el ecosistema mediático. En definitiva, este primer capítulo explica el método de estudio empleado. La primera batalla –señala Scolari- será entre la oralidad y la escritura.

En el capítulo 2, se inicia la primera guerra que enfrenta la evolución del papiro al pergamino. Como se sabe, el papiro es originario de Egipto y el pergamino, de Pérgamo (Persia). El papiro se obtenía del junco (mundo vegetal) y el pergamino (mundo animal) de las pieles de ovejas o cabras. El autor demuestra un interés por el origen y la evolución de los soportes de la escritura. Cita autores y autoras de prestigio, que investigan este tema como Irene Vallejo, Roger Chartier, Alberto Manguel y Giorgio Cardona. La segunda guerra es, para Scolari, la del rollo y el códex, entendido como nueva interfaz.

El capítulo 3 compara la labor de los copistas con la de los impresores, una vez inventada la imprenta, en 1471 por Gutenberg en Maguncia. Los copistas habían producido libros por mil años. Scolari demuestra que entre copistas, tipógrafos e impresores hubo colaboración y no una guerra de verdad. No obstante, la invención de la imprenta dio origen al Index que impuso la Iglesia Católica durante 426 años y que tuvo su apogeo en la época de la Inquisición, cuando los libros que figuraban en ese índice fueron o prohibidos o quemados.

Ya en el capítulo 4, “Kinetoskopios, pantallas y patentes” se refiere el autor a la invención del telégrafo, del fonógrafo, del kinestoscopio, del cine, del teléfono y la fotografía. Esta época estuvo marcada por la “guerra de las patentes” entre estadounidenses y franceses, entre neoyorquinos y californianos. Scolari destaca, por su ímpetu, la figura de Edison y compara, también, cómo evolucionó el cine y cómo surgió la industria del entretenimiento en Hollywood.

Asimismo, se inicia la discusión por los derechos de autor en el teatro y la literatura, porque esas obras eran llevadas al cine, sin permiso de sus creadores o creadoras.

Pasa el autor al capítulo 5, sin detenerse en la radio y la televisión, y se introduce en el mundo de Internet. Se centra en los distintos modelos de PC y en los navegadores. Apple quería un navegador para todo el mundo y Microsoft, para el mundo laboral. Steve Jobs y Bill Gates surgen como las estrellas emprendedoras y exitosas que cambiaron nuestro modo de comunicarnos, es decir, que cambiaron nuestro modo de vida.

La *web 2.0* surge en 1991 de la mano de Tim Berners Lee, que siempre tuvo un propósito democratizador y de bien para toda la humanidad, aunque ese no fuera el resultado más frecuente. En 1998, aparece Google Chrome y termina con el monopolio de Internet Explorer de Microsoft. Posteriormente, la pandemia dejará de lado las videollamadas complejas de Skype por las más fáciles de Zoom o de Google Meet.

En el capítulo 6, se describe la guerra de Google contra Facebook, es decir, comienza la guerra de las plataformas. Facebook surgió en 2004 y tuvo siempre una lógica centrípeta. Para superar a su adversario, lanza Meta e irrumpe en el mundo del metaverso. Por otra parte, Google nació en 1998 y poseyó siempre una lógica centrífuga. Solo algunas de sus aplicaciones, indica el escritor, son centrípetas como Gmail. Google Meet o Google Docs.

Con el advenimiento de la *web 2.0*, se desarrollan las redes sociales: LinkedIn en el año 2000, YouTube (2005), Twitter en 2006. La nueva *web* traerá muchas ventajas pero también problemas como el manejo de los algoritmos por parte de las empresas, el capitalismo de vigilancia, la desinformación y la falta de la privacidad de los datos de usuarios y usuarias.

Para evitar las regulaciones, las plataformas sostienen que no son medios, porque no generan contenidos. Una afirmación, por lo menos, sorprendente. Europa va al frente de las regulaciones y EEUU se focaliza en el respeto a la ley antimonopolios.

Pronto, surgirán otras plataformas y modelos de negocio. Nacerá el *streaming* para productos audiovisuales con Netflix que, en 2007, inicia el consumo bajo demanda. Habrá, entonces, guerras del *streaming*. Aparecen Amazon Prime (2006), Hulu (2007), Movistar Plus (2015), Disney Plus (2019) y HBO Max (2020). Y se consumirán series de modo *binge watching* (maratones de capítulos como una verdadera borrachera, como señala la expresión inglesa).

Nigro, Patricia M.

Asimismo, se produce también la revolución en el mercado y consumo de música con Spotify, del transporte, con Uber, del hospedaje, con Airbnb, las citas románticas, con Tinder. El mundo de las aplicaciones sigue creciendo en la salud, la distribución, la educación, los videojuegos y el comercio, en general.

Para Scolari, la diferencia de los viejos medios con las plataformas es que los primeros producían contenidos y las plataformas los delegan en los usuarios y se venden bajo demanda.

El capítulo final que da nombre al libro retoma la ida de Bernes Lee de que la *web 2.0* fuera una plataforma colaborativa. Pero, en verdad, las plataformas ofrecen servicios o contenidos exclusivos y colectan datos para la venta. Son más que redes sociales. Scolari señala dos posiciones extremas entre quienes las estudian. Volviendo siempre al maestro Eco, ejemplifica: los apocalípticos (Zuboff, Srnicek) y los integrados (Negroponte). En la última década, China surgirá y se posicionará, en el mundo tecnológico, con una gran fuerza.

Finalmente, el autor afirma que el *broadcasting* consistía en la pelea por el rating. En cambio, en el *networking*, la pelea se da, nada menos, que por nuestros datos.

Como cierre, el autor brinda una excelente lista de lecturas recomendadas, muchas de ellas reseñadas en su famoso blog Hipermediaciones.com

Está claro que este libro es muy útil para quienes investigan esta temática, fundamental en nuestros días.