

Las plataformas transforman nuestros modos de leer

Enviado por NardaCr en Mar, 03/05/2019 - 10:30

Cita:

Carrión, Jorge [2019], "Las plataformas transforman nuestros modos de leer", *The New York Times*, New York, 10 de febrero, <https://www.nytimes.com/es/2019/02/10/cultura-plataformas-amazon-netflix...> [1]

Fuente:

Otra

Fecha de publicación:

Domingo, Febrero 10, 2019

Revista descriptores:

Competencia mundial. Disputa hegemónica^[2]

Fronteras del capital [3]

Tema:

Plataformas culturales transforman modo de consumo y lectura.

Idea principal:

Actualmente se puede observar la lucha entre grandes plataformas tecnológicas peleando por obtener la atención del consumidor. Esto lo hacen a partir de espacios independientes, los cuales buscan capital basándose en conocer gustos y el ocio de las personas.

Dentro de la economía global no es raro que grandes mediadores de la cultura se hayan transformado en agentes económicos esenciales, dando un giro hacia la comercialización de la cultura por medios electrónicos.

La influencia de grandes marcas culturales es cada vez es más intensa y llega a más personas. Sin embargo, esta manera de consumo cultural que en apariencia puede ser vista como simples archivos, trae de fondo una nueva forma de lectura a través de la inserción de nuevos conceptos como lo es canal, lista de reproducción, app, entre otras.

Las "plataformas culturales" invitan a pensar en nuevas formas de obtener conocimiento y cultura. Se han transformado en estructuras curatoriales, las cuales son administradas tanto por inteligencia humana como artificial.

Para todo lo anterior es necesario apoyarse de una lectura algorítmica de la realidad virtual, ya que es inútil tratar de entenderla sin observar el trasfondo que conlleva, como es el trabajo de curadores que conectan con códigos matemáticos que a su vez se relacionan con el código del arte y el entretenimiento. Por años se ha agregado el sufijo "teca" nombrando así a los lugares en donde se guarda algo en específico. Sin embargo, la palabra plataforma no contiene ese sufijo, además no sigue las normas de clasificación y búsqueda de la biblioteconomía y ciencias de la información.

Las “plataformas culturales” hacen que pensemos de forma algorítmica, a reinventar el análisis además de aprender a leer de nuevas formas. El periodismo, la academia y la crítica cultural deberán apostar por dejar el miedo a conocer a través de este medio si lo que desean es evitar en anacronismo.

Trabajo de Fuentes:

Thompson, Derek [2018] *Creadores de Hits. Cómo triunfar en la era de la distracción* España, Capitán Swing, 368 pp.

Srnicek, Nick [2018] *Capitalismo de plataformas*, Argentina, Caja Negra, 128pp

Bhaskar, Michael [2017] *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos* México, FCE, 311 pp

Finn, Ed [2018] *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática* , Barcelona, Alpha Decay, 384 pp.

Nexo con el tema que estudiamos:

La producción de símbolos y cultura son parte importante para la ideología de guerra que a pesar de que no sea relativamente evidente como observar un campo de batalla, es sumamente fuerte y tiene grandes efectos, como cambios en las forma vida de las personas y de sus ideas. Es importante mencionar que quien controla lo que produce y a su vez de consume de cultura es quien impone determinada ideología.

Con el avance tecnológico y principalmente de la informática es sencillo consumir información de temas diversos, entre estos cultura en cualquier aspecto (música, cine, danza, etc.). Con esto podemos observar que se abren camino nuevas maneras de vender cultura a la vez que van cambiando como se consume, por lo cual las surgen nuevos métodos de imposición ideológica.

Source URL (modified on 8 Marzo 2019 - 9:19am): <http://let.iiec.unam.mx/node/2155>

Links

[1] <https://www.nytimes.com/es/2019/02/10/cultura-plataformas-amazon-netflix/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnyt-es>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/18>