

Plataformas digitales

Si las definimos poniendo el foco en lo que nos permiten hacer a partir de sus funcionalidades, podemos decir que son espacios en línea a los que las personas pueden acceder desde distintos dispositivos con el fin de comunicarse con otras personas, consumir contenidos, producir y compartir información, aprender y enseñar, formar comunidades en torno a distintos intereses, entre otras cosas.

Una mirada un poco más crítica sobre las plataformas diría que no son solo herramientas tecnológicas sino que están sostenidas por dimensiones políticas, económicas y culturales. En el mundo occidental, la mayoría de las plataformas son gestionadas por empresas privadas, aunque funcionan como espacios de uso público. Esto implica que su funcionamiento responde principalmente a intereses comerciales y no a un bienestar colectivo. A diferencia de otros contextos como China, donde el estado tiene mayor participación en el control y desarrollo de plataformas, en este modelo predominan los actores privados.

En relación con su arquitectura y su diseño, las plataformas no son neutrales. La forma en que organizan la información, las opciones que muestran y las acciones que habilitan influyen directamente en cómo las personas interactúan. El diseño de la experiencia de usuario orienta comportamientos, recorridos y decisiones dentro de la plataforma.

Datos, usuarios y modelos de negocio

Cuando usamos plataformas digitales y aceptamos sus condiciones brindamos información personal, generamos interacciones como likes, búsquedas, tiempo de uso, etc. Toda esa información se transforma en datos que son analizados y organizados permitiendo construir perfiles de los usuarios basados en gustos y comportamientos. A partir de esto los datos se convierten en un recurso valioso que es utilizado para predecir comportamientos permitiendo que esta información sea comercializada o utilizada con fines estratégicos. Además, estos sistemas no solo registran comportamientos sino que también los moldean. A través de notificaciones, recomendaciones y diseños de interfaz, las plataformas buscan influir en las decisiones de los usuarios y orientar su permanencia y participación.

Tipos de plataformas digitales

Existen tipos de plataformas según su función:

1. Plataformas de comunicación. Permiten la interacción directa entre usuarios mediante texto, voz o video. Ejemplos: WhatsApp, Telegram, Zoom, Slack.
2. Plataformas de redes sociales. Están diseñadas para compartir contenido y conectar personas con intereses comunes. Son espacios clave para la construcción de comunidades y la circulación de información. Ejemplos: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Tiktok.
3. Plataformas de comercio electrónico. Permiten comprar y vender productos o servicios a través de internet. Incluyen herramientas para pagos, envíos y gestión de productos. Ejemplos: Amazon, Mercado Libre, eBay, Shopify, Shein, AliExpress.
4. Plataformas educativas. Facilitan el acceso a contenidos formativos y el aprendizaje a distancia. Incluyen recursos interactivos y seguimiento del progreso. Ejemplos: Moodle, Coursera, Classroom, edX, Udemy.
5. Plataformas de contenido multimedia. Permiten el consumo y la producción de contenido audiovisual. Ejemplos: Youtube, Spotify, Netflix, Twitch, Vimeo.

6. Plataformas de servicios financieros. Ofrecen soluciones digitales para la gestión del dinero, pagos, inversiones o criptomonedas. Ejemplos: Mercadopago, Personal Pay, PayPal, Revolut, Wise, Coinbase.
7. Plataformas colaborativas y de productividad. Facilitan el trabajo en equipo, la organización de tareas y el intercambio de archivos en tiempo real. Ejemplos: Google Workspace, Trello, Notion, Asana, Dropbox.
8. Plataformas de entretenimiento y juegos. Ofrecen experiencias interactivas vinculadas al ocio digital y los videojuegos. Ejemplos: Steam, Epic Games Store, Play Station Network, Xbox Live.
9. Plataformas gubernamentales o institucionales. Permiten realizar trámites, acceder a información pública o gestionar servicios del estado. Ejemplos: Portales del gobierno como Mi Argentina, SEOM.

Las distintas plataformas ocupan un lugar central en la vida cotidiana, ya que permiten acceder a información de manera inmediata, comunicarse a escala global, desarrollar actividades económicas y acceder a servicios educativos, entre muchas otras posibilidades. Sin embargo, también presentan desafíos vinculados a la privacidad de los datos, la seguridad digital y la dependencia tecnológica. Por eso, comprender cómo funcionan y qué implican resulta fundamental para desarrollar un uso crítico y consciente.

No todo el contenido que se produce en una plataforma tiene la misma visibilidad. La circulación está mediada por algoritmos que priorizan ciertos contenidos por sobre otros en función de distintos criterios, como la interacción, el tiempo de visualización o los intereses del usuario. Esto influye directamente en qué se ve, qué se ignora y qué se vuelve relevante.

Incluso, si distintas personas buscan información sobre un mismo tema, los resultados que obtienen pueden ser diferentes. Esto se debe a que las plataformas personalizan el contenido según los datos y comportamientos de cada usuario. En este sentido, no somos completamente libres al decidir qué información consumimos, ya que las plataformas intervienen activamente en esa selección.