



BOLETÍN DIGITAL | Por Daniel do Campo Spada | Buenos Aires | Agosto 2020 |

# ESTABILIDAD vs INESTABILIDAD en SOPORTES

Ante cada diseño de un emprendimiento de internet debemos hacer dos grandes divisiones. Una de ellas es lo que se considera el soporte (vulgarmente llamada “fierros”) y la otra considerada intangible que es el software (“herramientas”). En esta ocasión nos vamos a referir a la primera variante.

Un PROYECTO DIGITAL debe estar necesariamente ubicado en distintos soportes. La forma de uso indica que los receptores/clientes/usuarios tienen hábitos multiplataforma. De todas formas, hay que distinguir entre SOPORTES PROPIOS y SOPORTES TERCERIZADOS.

La primer opción es aquella en la que por el tipo de contratos disponemos de muchas garantías legales y comerciales de ser los dueños del contenido allí alojado. El prestador es una empresa que a la vista de la cadena actúa como “genérico”. Se los llama de esta manera porque en realidad nadie sabe qué empresas nos brinda tal o cual servicio o prestación porque lo que el receptor ve es NUESTRA MARCA.

En este segmento están encuadrados los prestadores de hosting. Al entrar a un sitio de internet nadie sabe en qué empresa están alojados nuestros

nuestro web site. De la noche a la mañana podemos redirigir hacia una empresa que hayamos contratado por decisión nuestra solo con cambiar los DNS asociados al dominio. Este servicio es pago y con un poco de paciencia se pueden obtener prestaciones a muy bajo costo. Si la empresa cambia la condición contractual, simplemente hacemos una migración y el tema está solucionado.

En el caso de las mal llamada redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook y las que vayan saliendo) estamos ante un SOPORTE TERCERIZADO. Mas allá de que puedan ofrecer opciones pagas, en todo momento el contenido es de esas compañías. Esto está en contratos digitales que habitualmente no se leen. Ser conocidos en este soporte en

forma exclusiva habla de una auténtica fragilidad del PROYECTO DIGITAL, ya que el día de mañana pueden (sin consultarnos) bajarnos las persianas. Su rol simplemente debe ser generar sinergia, que no es lo mismo que ser la base del diseño del proyecto. Un uso eficiente de una red social

consiste en llevar agua al molino del sitio web, que es el único soporte del que podemos disponer en todo momento.



contenidos. Incluso, mas allá de la URL, tampoco sabe en que país está ubicado “físicamente”

En un PROYECTO DIGITAL se invierte muchísimo dinero, que como decían las abuelas es igual a la salud (“va y viene”), pero hay algo que no es recuperable y esto es el tiempo. “Tiempo es dinero” dice la filosofía protestante y muchos hombres y mujeres de negocios sajones. La única coincidencia que tienen con nosotros, el resto del mundo, es que el tiempo es un recurso finito. Por eso, las energías deben estar inteligentemente repartidas. Apostar a que nuestra REPU-

## AMOR FRÁGIL

TACIÓN esté apoyada solamente en una red social cualquiera fuere (Instagram, Facebook, Twitter, etc) muestra un PROYECTO DIGITAL FRÁGIL. Ningún inversor apostaría a una audiencia apoyada en un SOPORTE TERCERIZADO. En forma unilateral este puede cambiar sus condiciones o directamente caer arrastrando nuestro trabajo sin que tengamos derecho a reclamo alguno.

¿Cuántos miles se habían apoyado en Megaupload, Snapchat, MySpace y una lista más larga que la de los soportes tercerizados activos? Todos imaginamos a dónde ha ido a parar ese esfuerzo pero por sobre todas las cosas debemos saber que ninguno pudo reclamar nada. Porque aunque no haya mala intención, los aciertos y desaciertos de esas redes, no son decididos por nosotros, pero sí nos afectan.



¿Qué aspecto hace débil o estable a un PROYECTO DIGITAL?

¿Por qué las “redes” son frágiles y los sitios web “estables”?

¿Son necesarias ambas partes?

¿A qué parte del PROYECTO DIGITAL le corresponde crear sinergia?

Daniel do Campo Spada es Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA), Profesor Universitario en Ciencias de la Comunicación (UK), Especialista en Metodología (UNLA), Radio Operador (CBA), periodista, consultor en proyectos digitales y especialista en Medios de Comunicación. Miembro Fundador del Centro de Investigación Académica Latinoamericana (CEDIAL) y el Grupo Interamericano de Reflexión Científica (GIRC). Entre otros escribió los libros “Mundus Web”, “El otro mundo contra-ataca”, “E-Bosque”, “Los tres ciclos de Internet” y “1, 2, 3, Web” dedicados al mundo de la tecnología. Periodista, dirige el **Grupo TV Mundus**. Además es Profesor en distintas instituciones educativas.