

Capitalismo de plataformas y universidad en pandemia. Reflexiones a partir de un estudio de casos en la Provincia de Entre Ríos, Argentina

Platform capitalism and university during pandemic times. Considerations from a case study in Entre Ríos Province

Schaufler, María Laura; Schmuck, María Emilia; Michea, Nicolás; Saucedo, Gustavo

-  **María Laura Schaufler**
laura.schaufler@uner.edu.ar
Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
-  **María Emilia Schmuck**
emilia.schmuck@gmail.com
Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
-  **Nicolás Michea** nicolas.michea@uner.edu.ar
Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
-  **Gustavo Saucedo** gsaucedo.design@gmail.com
Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina

El cardo

Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
ISSN-e: 1851-1562
Periodicidad: Anual
núm. 18, 2022
elcardo98@gmail.com

Recepción: 22 Julio 2022
Aprobación: 01 Septiembre 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/567/5673465010/>

DOI: <https://doi.org/10.33255/18511562/1419>

Resumen: El artículo presenta una reflexión sobre el avance del capitalismo de plataformas y el colonialismo de datos en las decisiones de virtualización de la enseñanza universitaria durante la pandemia, en base a resultados de un estudio de casos realizado en la provincia de Entre Ríos, centrado en el eje «La enseñanza en la Universidad» para la investigación sobre «Nuestras universidades públicas argentinas frente a la pandemia COVID-19» de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación. El estudio se centró en dos Facultades de la Universidad Nacional de Entre Ríos: Ciencias de la Salud y Ciencias Económicas y apuntó a problematizar las relaciones entre la cultura, la sociedad y la universidad mediadas por tecnologías digitales.

Este trabajo analiza algunos dispositivos de acompañamiento en la virtualidad de los itinerarios de enseñanza-aprendizaje y el modo en que se recreó la comunidad académica en la educación universitaria en pandemia. De este modo, en primer lugar, se caracterizan las producciones digitales destinadas a estudiantes que funcionaron como estrategias de vinculación y sostenimiento de la relación enseñanza-aprendizaje. Asimismo, el abordaje semiótico-discursivo se dirigió a analizar modos de presentación de la institución ante la audiencia estudiantil y las propuestas específicas destinadas a sostener vínculos de la comunidad académica a través de los espacios de sociabilidad diseñados y propuestos. El prisma teórico-metodológico se asentó en estudios referidos a los discursos en articulación con teorías críticas e interpretativas sobre la cultura digital para identificar sentidos sociales y condiciones materiales en que tales producciones digitales fueron elaboradas. Se remarca aquí la decisión de plegarse a servicios de plataformas corporativas transnacionales que implicó no solo brindarles el acceso a los datos de toda la comunidad académica, sino aceptar las reglas de juego que son diseñadas y gobernadas por dichas plataformas.

Palabras clave: capitalismo de plataformas, universidad, pandemia.

Abstract: The article presents a reflection on the advance of platform capitalism and data colonialism in decisions to virtualize university education during the pandemic, based on the results of a case study carried out in the province of Entre Ríos, focused on the "Teaching at the University" axis for research on "Our Argentine public universities in the face of the COVID-19 pandemic" of the Secretary of University Policies of the Ministry of Education of the Nation. The study focused on two Faculties of the National University of Entre Ríos: Health Sciences and Economic Sciences and aimed to problematize the relationships between culture, society, and the university mediated by digital technologies.

This work analyzes some accompaniment devices in the virtuality of the teaching-learning itineraries and the academic community was recreated in university education in a pandemic. The digital productions aimed at students that functioned as strategies for linking and sustaining the teaching-learning relationship are characterized. The semiotic-discursive approach was aimed at analyzing the imaginary figure of the model student that each Faculty builds from its digital proposal, as well as the modes of presentation of the institution before the student audience and the specific proposals aimed at maintaining links between the academic community and the academic community. through the spaces of sociability designed and proposed. The theoretical-methodological prism was based on studies referring to discourses in articulation with critical and interpretive theories on digital culture to identify social meanings and material conditions in which such digital productions were produced. The political decision to join the services of transnational corporate platforms is highlighted here, which involved not only providing them with access to the data of the entire academic community but also accepting the rules of the game that are designed and governed by said platforms.

Keywords: platform capitalism, university, pandemic.

I. El estudio: La enseñanza en la Universidad en pandemia

«Dentro de no mucho tiempo,
cada persona será un smartphone».
(Lins Ribeiro, 2018)

El artículo presenta una reflexión acerca de las plataformas del capitalismo y colonialismo de datos, a partir de algunos resultados de un estudio de casos realizado en la provincia de Entre Ríos, centrado en el eje «La enseñanza en la Universidad» para la investigación sobre «Nuestras universidades públicas argentinas frente a la pandemia COVID-19» de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación. Dicho estudio tuvo como punto de partida la situación de emergencia generada por la pandemia del Covid-19 y las políticas puntuales llevadas adelante por el Estado Nacional (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, ASPO, y Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio, DISPO), a través de las cuales las universidades tuvieron que adaptar la continuidad pedagógica, científica y social de su oferta académica, su trabajo de investigación, su relación con la sociedad, así como también las formas de realizar la gestión institucional.

En este contexto, la propuesta de investigación se centró en el relevamiento y estudio de experiencias de enseñanza y aprendizaje durante los períodos de aislamiento y distanciamiento social¹ preventivo, tomando como materia de estudio producciones digitales diseñadas durante el año académico 2020 desde unidades académicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) para atender y sostener el dictado de clases en forma virtual. La indagación se inscribió en el campo de estudios sobre la enseñanza en la Universidad Pública como objeto de investigación y se nutrió de debates inscritos en otras áreas de estudio: como los de comunicación, los estudios culturales, de género y sobre juventudes.

El trabajo se focalizó en dos Facultades de la UNER con historias, tradiciones disciplinares y culturas institucionales diferentes: la Facultad de Ciencias de la Salud y la Facultad de Ciencias Económicas. El criterio de elección de estas unidades académicas respondió a su ubicación en dos espacios geográficos diversos de la Provincia de Entre Ríos, a saber, la ciudad de Paraná y la ciudad de Concepción del Uruguay, y a su mayor número de estudiantes participantes del Programa Tutores Pares para la Virtualidad² en su función de acompañamiento que fue aprovechada durante el aislamiento.

El estudio apuntó a problematizar las relaciones entre cultura, sociedad y universidad mediadas por tecnologías de comunicación digitales y procuró analizar cómo se acompañaron los itinerarios de enseñanza y aprendizaje y cómo se recreó la comunidad académica durante la total virtualización de la educación en pandemia. En este marco, parte de la indagación tuvo como objetivo caracterizar producciones digitales destinadas a estudiantes, diseñadas por plataformas y sitios webs de las Facultades seleccionadas, que funcionaron como estrategias de vinculación y sostenimiento de la relación enseñanza y aprendizaje³. Para ello, se analizaron una serie de materiales digitales realizados por las instituciones mencionadas. La muestra comprendió producciones digitales diseñadas y puestas en circulación en 2020 por las áreas de comunicación específicas para sostener el vínculo con estudiantes en contexto de emergencia por la pandemia COVID-19, así como las de los Centros de Estudiantes, agrupaciones y estudiantes independientes. Por producciones digitales se comprendieron aquellas piezas de comunicación de diferentes lenguajes, soportes y formatos (imagen, audio, animaciones, video, etc.) que fueron producidas por las Facultades o por parte del estudiantado, a través de diferentes plataformas e interfaces, referidas a temáticas vinculadas con la vida académica. El corpus de análisis se compuso de 22 producciones digitales institucionales y autogestivas⁴ que se presentan en la Tabla 1.

El análisis apuntó a describir desde una perspectiva comunicacional, asentada en el diseño de información y la semiótica, las modalidades de comunicación/vinculación digital. El abordaje semiótico-discursivo se dirigió a analizar los modos de presentación de la institución ante la audiencia estudiantil y las propuestas específicas destinadas a construir comunidad académica y sostener tales vínculos a través de los espacios de sociabilidad diseñados y propuestos.

En esta línea, por audiencia se comprende una recepción que lejos de considerarse pasiva o bancaria, produce significaciones. Es decir, a diferencia de un modelo lineal mecánico de comunicación o educación, se comprende la productividad de la misma (Hall, 1980). En cuanto al foco puesto en la sociabilidad, ello implica comprender a la universidad pública argentina como

espacio de producción de subjetividades y no solo como un lugar de adquisición de saberes científico- profesionales (Blanco, 2011).

Para este análisis, el prisma teórico-metodológico se asentó en estudios referidos a los discursos, en articulación con teorías críticas e interpretativas sobre la cultura digital. En esta línea, cada producción digital fue comprendida como parte del discurso social, definido como todo aquello que se dice/escribe/imprime en un estado de sociedad (Angenot, 2010), en este caso en medios electrónicos. El análisis se orientó a rastrear las huellas de dicha producción, en tanto que «todo producto lleva las huellas del sistema productivo que lo ha engendrado» (Verón, 1995, p. 30) para identificar sentidos sociales y condiciones materiales en que tales producciones digitales fueron producidas.

II. Producciones de la FCS y la FCE en pandemia

En la Facultad de Ciencias de la Salud (FCS), la propuesta de comunicación institucional dependiente de la Secretaría de Extensión Universitaria comprendió, además de la elaboración de contenidos para la web institucional (www.fcs.uner.edu.ar), la producción de contenidos para redes sociales Facebook, *Instagram*, *Twitter* y *Youtube*, todas bajo el mismo nombre: fcs.uner. Respecto a las audiencias, observadas en julio de 2021, en las redes sociales de la FCS el mayor número de seguidores/as se presentaba en el perfil de Facebook con 15080; luego se presenta el perfil de *Instagram* con 7277; en tercer lugar, el canal de *Youtube* con 2000 (y un promedio de 44210 visualizaciones); y finalmente, la red con menor audiencia fue la cuenta de *Twitter* con 1032. Vale decir que la web institucional no disponía de un contador de visitas por lo que ese dato no se pudo medir.

Si bien las tres redes de contenido mayormente estático (imagen fija), *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, son las que más audiencia presentaron, donde se produjeron mayores interacciones fue en el canal de *Youtube* de la Facultad. Esto puede deberse a que es en esta plataforma donde se dieron principalmente los encuentros, mediante charlas informativas, webinars, jornadas y entrevistas. Cabe mencionar también que la plataforma para la cual se produjo más contenido y se utilizó mayor cantidad de herramientas digitales fue Instagram, con la publicación no solo de posteos estáticos (en el muro), sino de historias comunes (posteos efimeros) y destacadas (posteos guardados), y la incorporación del sistema *Linktr.ee* para enlistar otros sitios web, todas herramientas con las que la comunidad estudiantil está familiarizada.

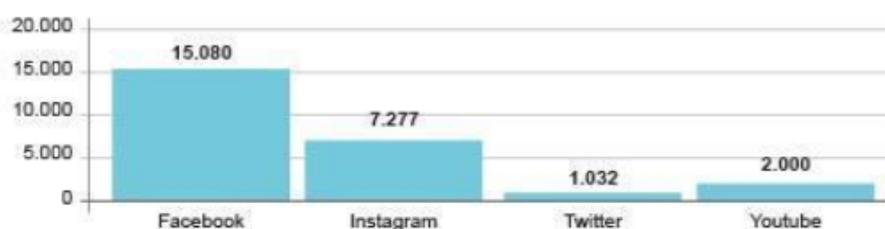


Figura 1

Comparación de las audiencias de las redes sociales institucionales de la FCS - Julio 2021

Por su parte, la Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Económicas (FCEco), dependiente de la Secretaría de Planificación y Gestión, comprendió la administración de la web institucional (www.fceco.uner.edu.ar), las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube*, todas bajo el mismo nombre: FCEco.uner. Respecto a las audiencias en las redes sociales, el mayor número de seguidores/as lo tiene el perfil de *Facebook*; seguido por el de *Instagram*; en tercer lugar, la cuenta de *Twitter* y finalmente, la red con menor audiencia es el canal de *Youtube*.

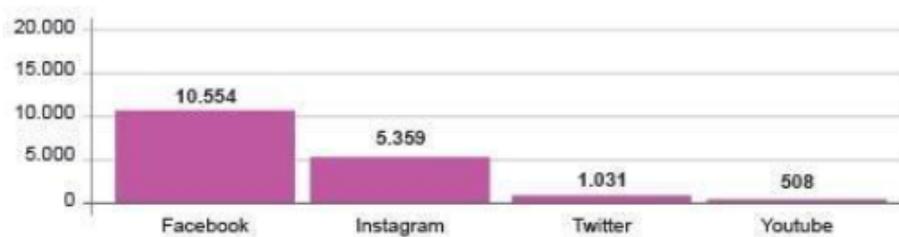


Figura 2

Comparación de las audiencias de las redes sociales institucionales de la FCEco, Julio 2021

Otros espacios institucionales de la FCS que elaboraron propuestas digitales en redes sociales fueron la Secretaría de Asuntos Estudiantiles y Graduados en *Instagram* (saesalud) y el Área de Educación a Distancia en *Youtube* (Video Clases FCS).

Para las Facultades, este predominio digital en épocas de pandemia promovió un enorme desafío para mantener vínculos de enseñanza y aprendizaje e, incluso, para hacer trámites que antes eran solamente analógicos y presenciales, así como para mantener el intercambio con la comunidad universitaria. Ante la pandemia, las decisiones académicas para lograr adaptación al nuevo contexto construyeron un estudiantado que puede interpretarse bajo el concepto de comunidad digital, por el que cada estudiante se comprende como sujeto/a de una cultura marcada por la digitalidad.

Esta situación especial puso a la Universidad en la necesidad de ampliar su participación en el escenario mediático actual, en tanto usina productora de conocimientos y de contenidos digitales. En ese marco, la utilización de redes sociales se justificó a través de cualidades positivas como la inmediatez, la facilidad de acceso y la familiaridad para la comunidad estudiantil. Mientras que el lenguaje en las páginas web fue mayormente formal y neutral, con hincapié en lo noticioso e informativo, en redes sociales las unidades académicas se dirigieron al estudiantado con un lenguaje cercano (mediante el tuteo, por ejemplo), con la finalidad de lograr su interpelación.

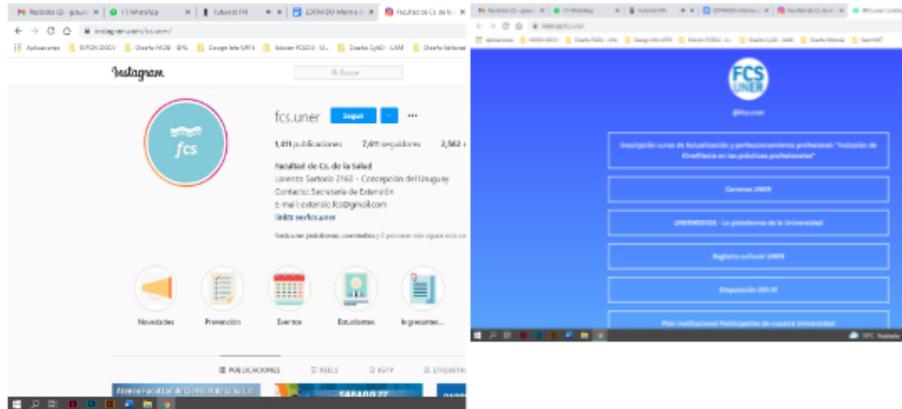


Figura 3
Perfil oficial de la FCS-UNER.

Nota. De izquierda a derecha: contenidos publicados en la red social Instagram tanto en la sección historias destacadas bajo distintas categorías y enlaces listados en la herramienta Linktr.ee.

Dado el contexto de pandemia tanto la FCS como la FCEco migraron el dictado de clases e instancias de evaluación a plataformas de videollamada como *Google Meet* y *Zoom*. Asimismo, la FCEco diseñó una propuesta virtual desarrollada mediante el software *Thinglink*, para ofrecer especialmente a ingresantes un recorrido por la Facultad con imágenes en 360 grados y material audiovisual (Figura 4). La experiencia fue diseñada durante el 2020 a partir de comprender que quienes ingresaron ese año no tuvieron la posibilidad de conocer la Facultad de forma presencial. El recorrido permite tener una dimensión bastante aproximada de la espacialidad de la casa de estudios, mediante la posibilidad que brinda el dispositivo digital tanto desde el texto, como de las imágenes estáticas, la animación, la geolocalización y los recursos audiovisuales.



Figura 4
Recorrido virtual por la FCEco-UNER.

Nota. De izquierda a derecha: capturas del recorrido virtual por la FCEco, una propuesta audiovisual interactiva que permite a quien la visite conocer la facultad y su contexto.

Además de las producciones digitales institucionales diseñadas y puestas en circulación por las unidades académicas, durante el periodo de pandemia también se presentaron propuestas autogestivas por parte del estudiantado hacia su comunidad, es decir, que no fueron ordenadas por las Facultades seleccionadas y resultaron de especial interés para abordar el vínculo de sentidos entre la universidad y la comunidad estudiantil.

Además, dentro de las producciones de espacios estudiantiles se encuentran los perfiles de *Instagram* (tutoresparesmedicina) del Programa Tutores de Pares y de *Facebook* (centrodeestudiantesuner) del Centro de Estudiantes de la FCS. Por

su parte, en la FCEco se observaron también producciones digitales del Centro de Estudiantes de dicha Facultad en las redes sociales Facebook e Instagram (mnreco.uner).

Las propuestas digitales de la comunidad estudiantil de la FCS para sus pares, como iniciativa de centros de estudiantes, agrupaciones políticas estudiantiles o estudiantes independientes, ofrecieron distintos matices en las formas de vinculación y construcción de ciudadanía universitaria a través de producciones digitales en *Instagram* (mnrsalud.uner, renovadorasalud, memesmedicinafcs, dendritas), que incluyeron la creación de una biblioteca-repositorio en la plataforma *Blogspot* (bibliotecamnrsalud.blogspot.com). Se encontraron estrategias de consulta al estudiantado, mediante botones de pregunta y respuesta en Instagram, realización de formularios con pequeñas encuestas para captar las opiniones de las audiencias estudiantiles, detectar y tramitar sus necesidades, así como un perfil dedicado a realizar bromas y memes relacionados con la vida cotidiana atravesada por el aislamiento social durante aquellos momentos, como formas de acompañamiento, escucha y cercanía con la comunidad universitaria.

En el caso de la FCS, una de las propuestas observadas fue la de la agrupación estudiantil MNR (Movimiento Nacional Reformista) que, a través del perfil en *Instagram* (mnrsalud.uner), propuso intercambios virtuales con sus pares. Entre su contenido se incluyen principalmente avisos, planes de estudio de las distintas carreras, convocatorias a becas, inscripciones a exámenes y materias, y efemérides patrias y del campo de la salud. La misma agrupación propuso, en la plataforma *Blogspot*, un sitio denominado *bibliotecamnrsalud* que funciona como repositorio virtual donde se colocaron enlaces, organizados por años y materias, a una carpeta compartida de *Google Drive* con PDFs de libros y apuntes de las cátedras. Este tipo de iniciativas buscó proporcionar ayuda a la hora de estudiar a la distancia, sin la posibilidad de intercambiar material físico entre pares, sin acceso a bibliotecas o recursos de estudio impresos.

Otra iniciativa de la FCS que refiere a la participación estudiantil es la de la agrupación Renovadora que, a través del perfil en *Instagram* renovadorasalud, se dirigió a producir intercambios entre pares. Entre su contenido se incluyen convocatorias a becas, inscripciones, tutoriales, avisos y actividades sociales como fiestas o encuentros entre pares.

Una producción digital emergente fueron los perfiles de *Instagram* destinados al ocio y el humor vinculados a las Carreras y a la Facultad. Tal es el caso de memesmedicinafcs, una propuesta independiente de estudiantes de la comunidad de la Facultad que funciona desde el 9 de noviembre de 2020. Esta producción digital es utilizada para compartir contenidos en forma de memes humorísticos (Figura 5), un tipo de lenguaje/discurso utilizado en el mundo digital, principalmente en las redes *Instagram* y *Whatsapp*, que se caracteriza por ser una copia o imitación modificada con el objeto de interpelar a través de la burla y la ironía, también conocida como parodia o sátira. En el caso del perfil citado, éste dedicó durante 2020 el total de sus contenidos a este tipo de discurso utilizando los recursos de imagen y texto, y refiriéndose satíricamente a la experiencia de cursado, exámenes y vida universitaria en general. Durante el periodo analizado (año académico 2020), en este perfil de Instagram se publicaron 93 posteos entre el 9 de noviembre y el 21 de diciembre, todos

ellos parodiando situaciones vinculadas al cursado virtual, la inexperiencia con el mismo, los problemas técnicos que involucraron tales procesos, la organización del tiempo y espacio de estudio y cursado, las instancias de examen, la práctica profesional, la autopercepción, etc.

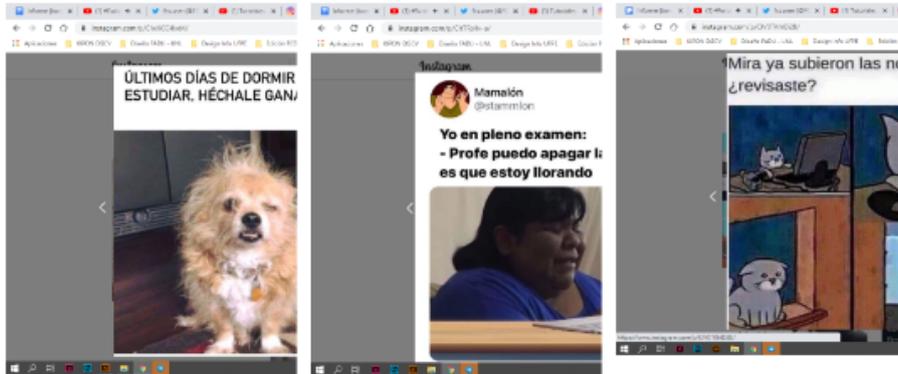


Figura 5

Piezas de humor producidas por las y los estudiantes

Nota. Contenidos presentados por el perfil memesmedicinafcs, se trata de memes o viñetas de humor referidas a situaciones antes, durante y después de exámenes.

III. Propuestas institucionales y autogestivas en el orden de las plataformas comerciales

A partir de los resultados de la investigación mencionada, en este punto nos detendremos en una reflexión sobre el avance del capitalismo de plataformas y el colonialismo de datos en las decisiones de virtualización de la enseñanza.

Es importante señalar que el contexto de producción en que se enmarcan las unidades de análisis relevadas se define principalmente por los modos de funcionamiento de la cultura digital en Occidente que, desde el nacimiento de la *World Wide Web* en 1991, abrió las puertas hacia nuevas posibilidades de interacción, vigilancias y controles. No solo se ha tratado de una serie de avances y capacidades técnicas, sino de una profunda transformación cultural que ha modificado las prácticas sociales, moldeando la forma en que se llevan adelante la comunicación, las relaciones interpersonales y la enseñanza/aprendizaje, entre otros aspectos.

Si bien la mayor parte de las plataformas web 2.0 comenzaron siendo servicios indeterminados, surgidos de iniciativas comunitarias, pensados para el intercambio de contenidos comunicacionales o creativos que desarrollaron un nicho específico de interacción online a través de una práctica rutinaria mediada, pronto se demostró que resulta una falacia creer que las plataformas son meras herramientas que no hacen más que facilitar las actividades en red; por el contrario, las plataformas y las prácticas sociales se constituyen mutuamente (Van Dijk, 2016).

Las plataformas facilitan el desarrollo de una cultura cada vez más conectada respecto a décadas anteriores, gracias al incremento de la convergencia de diferentes medios (Jenkins, 2007), pero este proceso evidencia el predominio que comienzan a adquirir las plataformas digitales, pertenecientes a grandes corporaciones internacionales. Estas tecnologías se fueron instalando en la vida

cotidiana y han ido avanzando sobre espacios universitarios que tradicionalmente venían apostando por opciones de orígenes colaborativos y software libres.

A través de la incorporación institucional de cuentas con soporte de Google, el uso de redes como *Facebook*, *Instagram* y la mensajería por *Whatsapp*, entre otras, estas empresas globales obtienen acceso a datos de las comunidades académicas, que funcionan como materia prima para el modelo de negocios en el denominado capitalismo de plataformas (Srnicsek, 2018), o capitalismo electrónico-informático, expresión que subraya la hegemonía de un sector económico representada por la centralidad de Internet y sus sistemas relacionados en la economía política capitalista actual, con innovaciones tecnológicas, formas capitalistas de producción, organización, extracción de valor y acumulación (Lins Ribeiro, 2018). Como resultado, los dispositivos se volvieron centrales para la reorganización de la educación universitaria y las relaciones sociales al interior de estas comunidades.

La cultura digital ya formaba parte del sistema universitario antes de la pandemia, pero el contexto de aislamiento contribuyó a potenciar, en algunos casos, procesos y rutinas ya instalados, y en otros, a acelerar su incorporación definitiva. Como señalamos para los casos de la FCS y la FCE, en pocas semanas comenzaron a normalizarse las clases por plataformas de *streaming* en directo, así como el uso de campus virtuales y la digitalización de trámites. Las adaptaciones para la virtualización de las clases y los exámenes, junto con la utilización de los campus virtuales que sólo formaban parte de la educación a distancia o semipresencial, se abrieron para el acceso de toda la comunidad educativa.

Fueron también necesarias ciertas innovaciones y creatividad a los fines de sostener el vínculo y la relación de enseñanza y aprendizaje. Como vimos, tanto desde la gestión de las unidades académicas, como desde los centros estudiantiles, se desarrollaron instancias novedosas para acompañar el cursado, como fueron las clases de estudio y las clases de apoyo virtuales, la digitalización de apuntes y planificaciones.

Se avanzó fuertemente en la digitalización de la mayoría de las actividades académicas y también se planteó el desafío ante el problema de recrear comunidad académica en tiempos de total digitalización de la educación. Progresivamente, las Facultades fueron adaptándose al nuevo contexto como se evidencia en la difusión de actividades virtuales como charlas, seminarios o webinars, clases de deportes, así como la digitalización de trámites, de la bibliografía y de consejos para el estudio, para una vida saludable y el protocolo frente a situaciones de violencia sexista.

La virtualidad aceleró la preeminencia del mundo digital, poniendo en valor sus potencialidades, pero también arrojando algunas incertidumbres sobre cómo sería la post pandemia y la vuelta a cierta normalidad en una sociedad cada vez más mediatizada. Estas miradas cobran mayor sentido cuando se analiza el predominio de las plataformas en el expansivo proceso de digitalización durante la pandemia. Para comprender su relevancia, es preciso señalar que las plataformas son entornos digitales que tienen la capacidad de reunir servicios diversos, contenidos múltiples y el acceso a numerosas tareas para sus usuarias/os/es. Pero al mismo tiempo que facilitan la administración de una gran cantidad de información, producen importantes transformaciones, en el cruce entre la informática y los medios masivos, con predominancia en el cúmulo de

intercambios sociales a escala mundial y con cambios socioculturales y educativos que precisan ser analizadas.

En los entornos digitales la relación entre cibernautas y dispositivos está moldeada por las interfaces diseñadas por las plataformas. A su vez, las interfaces para ser fácilmente interpretadas y comprendidas utilizan objetos culturales que resultan familiares para quienes las habitan. En tal sentido, «ya no nos comunicamos con un ordenador sino con la cultura codificada en forma digital» (Manovich 2005, p.120).

El contexto de producción social de sentido que configura la cultura digital responde a un escenario de mediatización constante. En este marco, la Universidad ha venido avanzando en la incorporación de aquellas plataformas que son de código abierto como es el caso de *Moodle*. No obstante, ante la urgencia de continuar con las clases en condiciones totalmente mediatizadas digitalmente se recurrió a las plataformas más conocidas del capitalismo occidental que pertenecen a grandes corporaciones transnacionales como *Google* y *Facebook*.

Para la comunicación institucional las unidades académicas potenciaron el trabajo que venían haciendo a través de redes sociales. *Facebook* e *Instagram* fueron las principales elegidas, como también *Whatsapp* para la mensajería instantánea (las tres nombradas pertenecían entonces a la empresa *Facebook, Inc.*, ahora *Meta*), que ha sido el medio más elegido, según arrojan las entrevistas realizadas a estudiantes en la segunda parte de este estudio (aun no publicada), para conexiones grupales e individuales. Asimismo, como mencionamos, la plataforma de videos *You Tube* fue la principal vía para la publicación de videos grabados por las Facultades y por docentes.

Las plataformas corporativas, entonces, ganaron espacio en las comunidades académicas en pandemia. Su incorporación se asienta en las ventajas que presentan sus paquetes tecnológicos en comparación con los de *software* libre: mayor capacidad de almacenamiento, acceso libre, interfaz práctica y fácilmente reconocible por sus usuarias/os/es, entre otras. No obstante, también pueden presentar desventajas si se las analiza en relación a la soberanía y autonomía, cuestiones propias de los derechos digitales considerados derechos humanos de cuarta generación, junto con los derechos ecológicos, derecho a la democracia y el derecho de solidaridad (Morales, 2019).

En términos económicos, las plataformas responden a un tipo de empresa cuyo modelo de negocios se sostiene en la comercialización de datos que obtienen, especialmente a través del rastreo *web* (Srnicek, 2018, p.50). Desde un punto de vista social, estos intereses comerciales y económicos realizan una apropiación unilateral de la comunicación, entendiendo al extractivismo de datos para medir y también performar comportamientos y consumos:

Aunque algunos de dichos datos se utilizan para mejorar productos o servicios, el resto es considerado como un excedente conductual privativo de las propias empresas capitalistas de la vigilancia y se usa como insumo de procesos avanzados de producción conocidos como inteligencia de máquinas, con los que se fabrican productos predictivos que prevén lo que cualquiera de ustedes hará ahora, en breve y más adelante (Zuboff, 2020, p. 21).

En tal sentido, la opción por los servicios corporativos implica no sólo brindarles el acceso a los datos de toda la comunidad académica, sino aceptar

las reglas de juego que son diseñadas y gobernadas por dichas plataformas. Al contratar sus servicios se les ofrece la posibilidad de acceso a una enorme cantidad de datos producidos por las comunidades universitarias, con el riesgo de promover una mayor dependencia tecnológica con respecto a dichos servicios, así como la posibilidad de que con dichos datos puedan producirse redes de vigilancia y casos de violación de la privacidad. Frente a la idea de un servicio sofisticado y muy necesario obtenido de manera gratuita subyace una «economía de la carnada» (Lins Ribeiro, 2018, p. 24), que da a cambio toda la información que las compañías necesitan para ajustar los bienes de consumo, políticas y servicios que quieren vender.

Las plataformas digitales corporativas se constituyeron, especialmente durante la pandemia, en medios tecnológicos productores de un nuevo tipo de vida social y académica para el capital, es decir, la vida académica cotidiana se tornó una forma que puede ser continuamente rastreada, capturada, clasificada y contabilizada como valor, mediante la forma de los datos dentro de la red de comercialización.

IV. A modo de conclusión

Google no solo inspira modelos de negocios y de producción de ganancias, sino también un nuevo modelo de relaciones laborales y cultura administrativa asentada en el colonialismo de datos. Las relaciones de datos promulgan una nueva forma de colonialismo, normalizando la explotación de los seres humanos a través de los datos, de igual manera que el colonialismo histórico se apropió del territorio y los recursos y gobernó a los sujetos con fines de lucro (Mejías y Couldry, 2019).

Una racionalidad extractiva tal se ha naturalizado y normalizado y, especialmente en pandemia, la vida cotidiana y académica fue reconfigurada y organizada de manera tal que permitió su captura como datos. En este contexto, las corporaciones se materializan como las únicas con el poder y la capacidad para procesar -y, por lo tanto, apropiarse de tales datos-, mientras se normalizan y hasta aplauden estos avances que posicionarían a la sociedad -en este caso, las comunidades académicas- como beneficiaria de los esfuerzos extractivos de las corporaciones, así como se suponía que la humanidad se beneficiaría del colonialismo histórico como un proyecto civilizatorio (Mejías y Couldry, 2019).

Mientras redactamos esta reflexión crítico interpretativa sobre el capitalismo de plataformas, lo hacemos dentro de *Google*. Ante la paradoja emerge la necesidad de un uso más consciente de los dispositivos basados en el extractivismo de datos.

En respuesta, la Universidad en tanto productora de saberes, conocimientos y prácticas podría tal vez recuperar un sitio de resistencia que confronte las nuevas y distintivas apropiaciones del capitalismo del siglo XXI en tanto que las prácticas de procesamiento de datos se desarrollan en un terreno global de explotación

Referencias bibliográficas

Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI.

- Blanco, R. (2011) Intimidad pública y experiencia estudiantil. *Revista De La Escuela De Ciencias De La Educación*, (6).
- Hall, Stuart (1980) Codificar y Decodificar. En: *Culture, Media Language*. Hutchinson. Pág. 129-139 https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/hall._codificar-decodificar.pdf
- Jenkins, H. (2007). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós
- Lins Ribeiro, G. (2018). El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo, en *Desacatos* 56, 16-33.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Mejías, U.A & Couldry, N. (2019). Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. *Virtualis*, 10(18), 78-97.
- Morales, S. (2019). Derechos digitales y regulación de Internet. Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales. En: *Tecnologías Digitales*. CLACSO.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- Verón, E. (1995). Semiosis de lo ideológico y el poder. En *La mediatización*, Facultad de Filosofía y Letras. UBA.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.

Notas

1. Aquí es necesario mencionar al Programa UNER Conect@, un programa de becas de conectividad para estudiantes que surgió como una respuesta institucional de la UNER ante el contexto generado por la pandemia. A través del mismo se otorgaron chips telefónicos y módems que permitieron la conexión a una red de datos 4G desde un dispositivo móvil propiedad de quien accede a la beca.
2. El Programa de Tutores pares de la UNER fue adaptado a la virtualidad durante el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio por emergencia sanitaria por pandemia COVID-19 (Resolución Rectoral N.º 187/20). El propósito de esta iniciativa es «garantizar la continuidad de modalidades de enseñanza a través de los campus virtuales, medios de comunicación o cualquier otro entorno digital que se disponga». En este sentido, promovió el acompañamiento y orientación de estudiantes avanzados/s en la carrera hacia estudiantes que al iniciar el año académico 2020 se encontraban transitando la/s carrera/s de modo remoto y sin experiencia de presencialidad
3. Este estudio, a su vez, estuvo acompañado por una segunda parte centrada en las experiencias de aprendizaje, estudio y sociabilidad del estudiantado en tiempos de Aislamiento y Distanciamiento Social Preventivo Obligatorio por pandemia.
4. Cabe destacar que dentro de esta muestra no se incluyeron producciones digitales generadas al interior de los campus virtuales de las unidades académicas, que se utilizaron principalmente para el dictado del contenido curricular y la comunicación directa con la comunidad estudiantil. Este estudio relevó las producciones digitales en plataformas propias de las instituciones o en redes sociales que presentan sus contenidos de manera pública en el mundo digital.