
La reconfiguración educativa de YouTube: un análisis crítico del caso Mi Aula

The educational reconfiguration of YouTube: a critical analysis of the case study Mi Aula



Lucila Dughera

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
ludughera@gmail.com

Agostina Dolcemáscolo

Universidad Nacional del Comahue., Argentina
agostinadolcemascolo@gmail.com

Miradas

vol. 19, núm. 1, p. 80 - 106, 2024
Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia
ISSN-E: 2539-3812
miradas@utp.edu.co

Recepción: 01 febrero 2024

Aprobación: 15 mayo 2024

DOI: <https://doi.org/10.22517/25393812.25549>

Resumen: El avance de la industria educativa global y la plataformización de la educación, actualmente convocan a analizar el creciente proceso de reconfiguración y legitimación de la plataforma de videos YouTube como espacio educativo, sobre todo en la educación formal. Para esto se aborda, *Mi Aula*, canal producto de la alianza entre la plataforma y UNESCO. A partir de dicho caso, la propuesta es producir evidencia empírica que contribuya a reflexionar respecto de cuáles son las consecuencias del avance de este tipo de plataformas en la educación. La metodología, de carácter cualitativo, se funda en el estudio de caso *Mi Aula*, a partir principalmente de la observación no participante del canal, junto con la correspondiente revisión literaria y análisis de fuentes secundarias. De esta manera, se encuentra que, ante el avance de la plataformización, resulta necesario revisar cuestiones estructurales que atañen, por un lado, al acceso a los contenidos del canal por parte de los actores educativos, y, por otro, al funcionamiento y modelo de negocios de la plataforma.

Palabras clave: Educación, industria educativa global, Mi Aula, plataformas, UNESCO, YouTube.

Abstract: In line with the progress of the Global Education Industry and the platformization of education, this paper addresses the reconfiguration and rising legitimization of YouTube as an educational platform, most of all in formal education. In order to do this, we analyze *Mi Aula*, a channel created by YouTube in alliance with UNESCO. From this case, we attempt to produce empirical evidence that helps to reflect on the consequences of the development of such platforms in education. The methodology is qualitative and based on the case study *Mi Aula*, alongside with literary review, analysis of secondary sources, and non-participant observation of the channel. The initial findings point out that the advancement of platformization in education requires to look at structural issues regarding, on one side, how educational actors access the channel and its contents, and, on the other side, the platform's functioning and business model.

Keywords: Education, Global Education Industry, Mi Aula, platforms, UNESCO, YouTube.

Introducción

En este escrito se abordan aspectos centrales del creciente proceso de legitimación que viene desplegando la plataforma de videos YouTube (YT) como espacio educativo. Específicamente, caracterizamos de qué manera YT se fue reconfigurando como espacio dedicado a la educación en un contexto de avance de la industria educativa global y la plataformización, al mismo tiempo, se discuten las implicancias de dicho proceso en el caso de *Mi Aula*[3].

El uso de YT como recurso educativo no resulta novedoso, dado que desde hace al menos una década se lo asocia estrechamente a los circuitos informales de los procesos de aprendizaje y enseñanza de las escuelas y universidades (Van Dijck, 2016). Así, para muchos de los actores e instituciones educativas el uso de YT estuvo asociado principalmente a la resolución de problemas de la vida cotidiana o de otras formas de aprender, ocupando un papel lateral en los procesos que constituyen la educación formal. Es decir, hasta hace muy poco, la plataforma de videos no formaba parte, y no era deseable que formase parte, de la escena educativa formal.

La presencia cada vez mayor de YT en la educación formal no es un fenómeno que se pueda estudiar de forma aislada. Su presencia directa, por ejemplo a través de las y los profesores utilizando en las aulas diferentes contenidos audiovisuales (Bordignon et al., 2022; Edache et al., 2019; Pattier, 2021), o indirecta, los estudiantes aprendiendo a través de tutoriales o Edutubers (Sabulsky & Alessio, 2021; Scolari, 2018), es un fenómeno que, tal como hemos señalado en otros escritos (Dolcemáscolo y Dughera, 2019, 2022), además de dialogar con el clima de época acerca de las diversas formas de aprendizaje que despliegan las y los jóvenes, se inscribe dentro de tendencias más amplias. Con esto se hace referencia a la plataformización que atraviesa a dichas prácticas (Zukerfeld y Yansen, 2022), el crecimiento sostenido de la industria educativa global (en adelante IEG) y el aumento de las EdTech en las diferentes modalidades de educación (formal, no formal e informal).

La IEG, concepto acuñado por Tooley (1999), permitió dar cuenta de la provisión de educación privada en países periféricos. Actualmente, dados los avances de la digitalización, plataformización y automatización en la educación, ha sido resignificado y resulta fértil para advertir, entre otras cuestiones, la injerencia de empresas privadas en los sistemas educativos, sobre todo del sector tecnológico, que han nacido con vocaciones significativamente diferentes a la educativa y que no necesariamente conciben la educación como bien común (Parreira et al., 2019; Verger et al., 2016). Junto con la cada vez mayor presencia de actores EdTEch, se identifica un conjunto de

discursos que históricamente no solo presentaron a los desarrollos tecnológicos como neutrales, sino principalmente como necesarios e imprescindibles para las mejoras en educación (Levis, 2022).

A partir de este contexto, y sobre todo entendiendo a la educación formal como bien común, resulta necesario atender al crecimiento y la reconfiguración de YT como espacio en el que se auscultan y determinan ciertos modos de relación con el saber. El cual escala y se intensifica de manera significativa con el uso y la (re)producción de recursos audiovisuales durante la pandemia por COVID-19 (Bordignon, 2023; Dughera et al., 2021).

La reconfiguración de YT o, más precisamente, cierto viraje hacia la educación formal se identifica en una diversidad de estrategias abocadas al desarrollo de espacios educativos en el sitio, entre las que se destaca el acuerdo con UNESCO. En particular, la propuesta se da a partir del caso de *Mi Aula*, la cual busca producir evidencia empírica que contribuya a reflexionar acerca de cuáles son algunas de las consecuencias del avance de este tipo de plataformas con fines de lucro[4] en la educación; especialmente cuando se trata de una de las más consumidas tanto a nivel mundial como de nuestra región, América Latina y el Caribe (LAC). Si bien aquí se recupera un acuerdo llevado a cabo en el marco de la pandemia, se entiende que el mismo se inscribe en un fenómeno más amplio y pretérito al COVID-19 (Bordignon y Dughera, 2023). De otra manera, el predominio que viene ganando YouTube como espacio de enseñanza y aprendizaje, sobre todo de resolución de problemas escolares, lejos de resultar epidérmico, delinea una pedagogía que atraviesa a las prácticas de enseñanza y aprendizaje en el *capitalismo de plataformas* (Srnicsek, 2018). En efecto, el análisis aquí propuesto resulta de suma importancia no solo en el marco de las transformaciones que la situación de cuarentena amplificó, muchas de las cuales han llegado para quedarse; sino, sobre todo, respecto de cómo estas transformaciones vinculadas a la innovación educativa y encabezadas por empresas con fines de lucro (en su gran mayoría), delinean rasgos de pedagogías propias (Parcerisa et al., 2022; Williamson y Hogan, 2020).

En este sentido, las preguntas que vertebran este escrito son: ¿De qué manera logra posicionarse YT como referente educativo?, ¿qué estrategias desarrolla para abrirse camino en el ámbito de la educación?, ¿qué alianzas se generan con otros actores del campo de la educación? Y, en un horizonte más amplio, ¿qué implica el avance de la plataformización de la educación, a partir de este tipo de alianzas?

Para abordar el avance y legitimación de YT en el campo educativo se optó por una metodología cualitativa. Específicamente, se indaga en el rol que ocupa la educación en YT desde su creación a la actualidad, se repasan las distintas estrategias que fue desarrollando, y

se pone especial atención al canal *Mi Aula*, como caso modelo. En función de esto, se realiza la observación no participante de la plataforma en general y de *Mi Aula* en particular, el relevamiento y análisis documental de fuentes secundarias —artículos periodísticos, comunicados de prensa y documentos—, y una revisión sistemática de la literatura sobre el tema.

El artículo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, se realiza brevemente el abordaje metodológico; y se introducen algunos elementos de la industria educativa global para pensar procesos más amplios en donde se inscribe el predominio de YT en el ámbito educativo. En segundo lugar, se caracteriza cómo dicha plataforma reconfigura su diseño para orientarse cada vez más hacia la educación, y genera estrategias en este sentido, entre las cuales se destaca su alianza con la UNESCO para la creación de *Mi Aula*. En tercer lugar, se presentan tres problemáticas subsidiarias que comienzan a advertirse a propósito del protagonismo que cobra YT en el ámbito educativo. Finalmente, se realiza un cierre con algunas reflexiones y preguntas para seguir pensando este problema.

Abordaje Metodológico

Los resultados y discusiones volcados en este artículo forman parte de un proceso de investigación más amplio en el que se aborda la producción, consumo y apropiación de contenidos en la plataforma de videos YT en general y en los cruces que se establecen con la educación en particular. En otros trabajos, se analizan aspectos de la dimensión objetiva, abordando las condiciones materiales en que se producen los contenidos audiovisuales en YT (Dolcemáscolo y Dughera, 2022), y subjetiva, indagando en las representaciones que los medios gráficos construyen de los llamados youtubers (Dolcemáscolo y Dughera, 2019). En esta oportunidad, se estudia, por un lado, la alianza entre YT y la UNESCO (como parte de interacciones entre distintos actores de la escena educativa con incidencia global) y, por el otro, se reflexiona sobre los alcances (inmediatos y potenciales) de este tipo de alianzas tanto para YT como para la comunidad educativa. Se parte, entonces, del supuesto de que los procesos de legitimación requieren de la comunión de un conjunto de elementos/factores, sujetos a valores e imaginarios, que inciden en la construcción de legitimidad de este tipo de fenómenos.

Con base en esto, y dada las características del problema que se propone abordar, se opta por una estrategia de construcción y de análisis de datos cualitativa. Se toma *Mi Aula* como caso modelo en el que se objetivan interacciones entre un organismo internacional abocado a la educación, ampliamente reconocido en este ámbito, y el gigante de los videos. Este caso resulta paradigmático, ya que es el

primero de una serie de acuerdos y sobre todo de beneficios indirectos para la plataforma YT. Hacer foco aquí, permite indagar las dinámicas particulares que se dan entre estos actores, abordando no solo aquello que se presenta como el producto terminado (el canal), sino también los procesos previos al lanzamiento del canal y su impacto (esperado) en la comunidad educativa.

En primer lugar, se realiza una observación no participante de la plataforma en general y del canal *Mi Aula* (con foco en su versión para Argentina[5]) en particular. Respecto de YT, se examina la plataforma de videos prestando especial atención al lugar otorgado a lo educativo desde su creación en 2005 hasta la actualidad, y se repasan las estrategias desarrolladas por el canal en esa dirección. En cuanto a *Mi Aula*, se abordan las siguientes dimensiones: el diseño general, los tipos de contenidos seleccionados para el canal, el público al que están dirigidos, las y los autores de los contenidos, la cantidad de reproducciones y suscriptores del canal, y las interacciones que allí tienen lugar o se habilitan. Específicamente, se elabora una guía de observación del canal *Mi Aula* que, en esta fase inicial de la investigación, orienta el análisis presentado aquí.

Tabla 1
Guía de observación del canal Mi aula en YouTube

Aspectos centrales por relevar	Preguntas orientadoras iniciales
Diseño general	¿De qué manera se presenta y organiza el material audiovisual? ¿Qué aspectos a nivel visual son los más destacados?
Tipo de contenidos seleccionados	¿Qué tipo de contenidos vinculados a la educación formal se incluyen? ¿Se hallan presentes otro tipo de contenidos?
Público al que están dirigidos los contenidos	Los contenidos, ¿para qué edades están pensados? ¿Incluyen también a un público docente?
Autoras/es de los contenidos	¿Quiénes son los creadores de los contenidos? ¿Se crearon contenidos audiovisuales exclusivamente para el armado del canal?
Cantidad de reproducciones y suscriptores	¿Cuántos suscriptores y reproducciones tiene el canal? ¿Este número fue cambiando desde su creación hasta la actualidad?
Interacciones	¿Qué tipo de interacciones se dan en el canal? ¿Existen interacciones entre usuarios y productores en el canal? ¿Se habilitan discusiones entre docentes, estudiantes?

Nota. Elaboración propia

En tercer lugar, y de manera complementaria a las instancias anteriores, se ha llevado a cabo un relevamiento y análisis documental de fuentes secundarias (página web de la Unesco, documentos, artículos y comunicados de prensa) y realizado una revisión sistemática de la literatura sobre el tema.

Entendiendo que la metodología aquí planteada responde en gran medida a un estudio de carácter descriptivo, en tanto existen hasta el momento pocos análisis que abordan la incidencia de YT en la educación formal a partir de un estudio de caso como el que se plantea en este artículo. En este sentido, se busca construir algunas hipótesis e interrogantes que sirvan de nuevos puntos de partida para futuras investigaciones. Más aún, problematizar de qué manera se transforma la educación a nivel regional a partir del protagonismo que han cobrado estas grandes empresas tecnológicas es una de las cuestiones centrales que motoriza la escritura de estas páginas. Si bien se comprende que sería absurdo querer responder a este interrogante en la extensión que demanda un escrito académico, se espera aportar en esa dirección.

La Industria Educativa Global: El Rol De Organizaciones Como La UNESCO

El concepto Industria Educativa Global (IEG) resulta útil para entender una serie de lógicas, proyectos e imaginarios, ligados en gran parte, aunque no únicamente, a las Tecnologías Digitales (TD) que están operando a nivel mundial en el sector educativo, y que son impulsadas por una diversidad de actores (Verger & Fontdevila, 2023), entre los cuales se destacan grandes empresas, fundaciones filantrópicas y organizaciones internacionales (como la UNESCO).

La IEG emerge a propósito del proceso de deslegitimación creciente de la educación formal, que pone en jaque su estatuto de bien público, y busca instalar un imaginario de innovación y modernización con el fin de sustituir los sistemas educativos (Thompson y Do Amaral, 2019). Estos autores retoman la definición dada por Verger et al., (2016), para describir a la IEG como un sector que se expande a nivel global y en el que se producen, intercambian y consumen, la mayoría de las veces con fines lucro, una serie de servicios y bienes educativos. Entre estos últimos se pueden nombrar servicios de mejora educativa, educación online (plataformas de enseñanza y aprendizaje, materiales educativos), tutorías, marketing educativo, consultoría para escuelas y gobiernos, preparación de exámenes, servicios de gestión, análisis de datos, capacitaciones, *hardware* (por ejemplo, el programa One laptop per child), entre otros. En este escenario, la expansión de las TD e internet no resulta ser un dato menor, sobre todo para el crecimiento y posicionamiento de la IEG. Más específicamente:

In the coming years, the e-learning market is expected to reach a market share worth hundreds of billions of US dollars. Furthermore, technological innovations in education, for example, the use of digital devices in classrooms, open up new markets and new customers (Thompson y Do Amaral, 2019, p.11).

A partir de este escenario, Amos (2019) plantea los alcances e implicancias de la digitalización y algoritmización de la educación en el marco de la IEG; y advierte cómo el papel central que ha ocupado este tema en la agenda pública internacional en los últimos años colabora con el interés e involucramiento de distintos actores del sector privado (empresas, inversionistas, etc.) en el ámbito educativo. En particular, la autora analiza un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), y señala que la concepción de tecnología presente allí puede ser entendida bajo la lógica de la *innovación disruptiva* (noción inspirada en la idea de Schumpeter, creative destruction). Así, el sistema educativo (para la

OCDE) no debería ser cambiado sino transformado, y para eso es necesario generar las condiciones de un ambiente abierto a la innovación, “To make this happen, an innovation-friendly environment is a prerequisite. This relies on the collaboration between traditional institutions and stakeholders in public education with those of the emerging education industry” (Amos, 2019, p. 230)

Un actor histórico de la arena educativa, estrechamente vinculado a la innovación y, por ende, involucrado también en la IEG y en múltiples iniciativas que dan cuenta de la colaboración a la que alude Amos, es la UNESCO. Esta agencia ha forjado, desde la década de 1990 a la actualidad, distintas alianzas con el sector privado (en el que se incluyen grandes empresas, fundaciones, y actores particulares). En efecto, el surgimiento de asociaciones público-privado delinear nuevas fuentes y áreas de influencia. Estas alianzas tienen, según Ridge y Kippels (2019), dos razones fundamentales: financiamiento y relevancia.

En relación con el financiamiento, los fondos de la UNESCO provienen de los países miembros, y estos tienen la potestad de desvincularse de la agencia en cualquier momento. Esto ha provocado que dicha agencia tenga que enfrentar distintas dificultades económicas desde su fundación en 1945. Sin embargo, estas autoras señalan que la UNESCO publicó un informe alentando alianzas con el sector privado titulado *UNESCO-privateSector Partnerships: Making a Difference* (2006), después de que distintos fondos fueron reinsertados (por el Reino Unido en 1998 y por Estados Unidos en 2003); y que, aun con total disponibilidad de fondos, los mayores problemas que registra esta institución tendrían que ver con el mal manejo de estos últimos y no con la falta de cumplimiento de los países. Otra cuestión que explicaría la búsqueda de financiamiento privado apunta a la facilidad con que los fondos del sector privado son obtenidos y desembolsados, sin pasar por el mismo proceso burocrático que otro tipo de fondos extrapresupuestarios de países miembros (Ridge y Kippels, 2019).

La segunda razón para establecer este tipo de alianzas se vincula con la relevancia de la UNESCO. En el escenario global, existen distintos actores clave (estatales, corporativos, filantrópicos, particulares, etc.) que están ocupando lugares centrales en el ámbito educativo. Así, colaborar con esta agencia redonda en muchas ventajas para el sector privado: promover sus propias agendas, ver sus productos en las aulas, promover la educación privada, entre otras (Ridge y Kippels, 2019, p. 96-97). En particular, a partir del análisis de cuarenta y nueve proyectos financiados durante 2016, estas autoras encuentran que las organizaciones privadas se beneficiaron de su alianza con la UNESCO principalmente de tres maneras: “(1) creando oportunidades para expandir el mercado existente; (2) dando los

medios para ingresar en otros mercados; (3) o mejorando la imagen de las organizaciones/empresas de manera local y global” (Ridge y Kippels, 2019, p. 99)[6]. Ahora bien, no sucede lo mismo cuando se piensa en las ventajas que la UNESCO obtiene del sector privado. En principio, las autoras señalan que no integrar estas alianzas pueden desplazar la agencia hacia los márgenes, dejándola fuera de las decisiones que se toman respecto de la ayuda económica y gobernanza de la educación a nivel global. En este sentido, concluyen que:

Private sector motivations for partnering with UNESCO therefore are very transparent, and there is little downside for the private sector organizations in partnering with a prestigious UN agency. However, the benefits for UNESCO are far less clear. In particular, there are questions around how funds are allocated and who decides where and how they are spent. As such, there is the risk that UNESCO is becoming far less of the policymaker and far more of a policy recipient. (Ridge y Kippels, 2019, p. 104)

Esto resulta ser una clave de lectura para pensar, en el próximo apartado, el rol que juega YT dentro de la IEG al establecer una alianza con la UNESCO para la creación de *Mi Aula* y, en el mismo movimiento, cómo dicha alianza le permite a YT ganar legitimidad en la arena educativa.

Youtube Como Referente Educativo

YT emerge en 2005 como un espacio de socialización de contenidos audiovisuales (CAV) de todo tipo, en principio amateur. En la actualidad se posiciona como la plataforma de videos más visitada a nivel mundial, y juega un rol cada vez más predominante en el ámbito educativo informal y formal (Anzola y Rivera, 2023; Pattier, 2024; Valverde y González, 2024). Pero ¿cómo llega a posicionarse en este rol? Y, sobre todo, ¿de qué manera logra legitimarse como referente educativo?

Antes de avanzar con estas preguntas, es necesario destinar algunas líneas a definir qué entendemos por plataforma, y cuáles son aquellas características de YT que resultan centrales para el análisis que se proponen llevar a cabo en este trabajo. En líneas generales, una plataforma es una infraestructura tecnológica que intermedia entre distintos actores de manera *online* (Zukerfeld y Yansen, 2022). Estos autores destacan, sobre todo, la posición privilegiada de las plataformas para aprovechar los datos generados por las y los usuarios a través del tráfico e interacciones que llevan a cabo en aquellas, la gestión algorítmica que rige muchas de estas interacciones, su capacidad de captar atención, de inocular deseos y auscultar subjetividades, entre otras. No es el objetivo de esta sección detenernos aquí, pero sí presentar algunos rasgos que iremos retomando en las páginas siguientes a medida que avancemos con el análisis.

De manera esquemática, comprendemos que YT, en tanto plataforma con fines de lucro, intermedia entre distintos usuarios y usuarias, y esto supone al menos tres cuestiones diferenciales vinculadas a: la generación y uso de los datos (para el desarrollo de su modelo de negocios, por ejemplo), la captación y gestión de flujos de atención, y la apropiación de contenido creado por los usuarios/as. Como se describió más adelante, el hecho de que sea de acceso gratuito no implica que no tenga costos para quienes la utilizan (Dolcemáscolo y Dughera, 2022). Asimismo, se debe considerar la dependencia a entornos digitales concretos y la dificultad, o casi imposibilidad, de migrar una vez incorporadas en el uso cotidiano, particularmente cuando se trata de plataformas con fines de lucro que forman parte de los procesos de enseñanza y aprendizaje (Cobo y Rivera, 2022; Zukerfeld y Yansen, 2022).

Retomando los interrogantes que dan pie a esta sección, a continuación, se presentan, en primer lugar, algunas de las acciones que YT viene desarrollando para insertarse en el sector educativo a nivel global y cómo éstas impactan positivamente en la empresa según sus responsables. En segundo lugar, en función de pensar cómo la plataforma se fue legitimando como actor educativo, introducida a partir de una mirada crítica, algunos artículos académicos que destacan aquellos aspectos positivos de YT para la educación informal y formal.

YT ha desarrollado en los últimos años distintas acciones dirigidas a destacar el contenido educativo en su plataforma. Estos CAV no formaron parte de una política de la empresa en sus inicios, pero fueron encontrando su popularidad primero de la mano de los llamados tutoriales y luego a partir de la figura de los *edutubers*. Antoine Torres, responsable de Contenido Educativo para YT en América Latina, señala que: “De los 2.000 millones de usuarios mensuales logueados en YouTube, 7 de cada 10 personas que ingresan a la plataforma lo hacen para aprender sobre alguna temática y comparten a diario más de 1 millón de videos sobre educación” Asimismo, menciona que:

El alcance potencial que tiene este nuevo modelo de educación es enorme, ya que a través de internet se democratiza el acceso a todo tipo de contenidos. Es por esto que trabajamos constantemente para seguir capacitando a los creadores locales y promover la creación de contenidos educativos de calidad. (Torres, 2019)

Este discurso se enmarca en acciones concretas que la plataforma impulsa desde 2018. Susan Wojcicki, la CEO de YT, comentó en una entrevista que la empresa estaba desarrollando herramientas para aprender en la plataforma, con el objetivo de: “Our hope is to support those who use YouTube to share their knowledge with the world and

the millions of users who come to our platform to learn” (Alexander, 2018). Entre estas acciones se encuentran: premios/financiamiento (*YouTube Learning Fund*); eventos (*EduCon*); canales o secciones con curaduría específica (*YT Aprendizaje*, *Mi Aula*); movimientos/tendencias (*#studywithme/estudiaconmigo*); entre otras acciones (capacitaciones, por ejemplo), que se repasan brevemente a continuación.

En octubre de 2018, YT anunció la creación del Learning Fund que destina veinte millones de dólares para la creación de CAV educativos. Para poder aplicar a este fondo los creadores, deben cumplir con determinados requisitos (tener un mínimo de veinticinco mil suscriptores, mostrar claramente la intención de enseñar en forma comprensible, objetiva y confiable, así como ser experto en el área que abordan sus videos, y poder construir una estrategia de diagramación de sesiones de contenido/videos múltiple); y, de ser seleccionados, firmar un contrato con YT en donde se establecen las condiciones del pago, entre otras (Alexander, 2018; YouTube Learning Fund FAQ, 2018).

El *EduCon* es un evento específico sobre educación llevado a cabo por YT desde el año 2019. El primero de ellos fue realizado en el YT Space de Río de Janeiro, y consistió en dos días de capacitaciones para 170 creadores de Latinoamérica. Sobre esto, Antoine Torres comentó:

EduCon es mucho más que una capacitación de YouTube, es un espacio para conocer a otros creadores de la región, donde todos pueden expresarse, compartir experiencias, aprender el uno del otro y fortalecer todavía más esta fantástica comunidad de educadores que revolucionó la forma en que las personas pueden estudiar y aprender desde cualquier lugar del mundo (Redacción Perú21, 2019).

Una segunda edición de este evento tuvo lugar en febrero de 2020 en Londres, reuniendo a medio centenar de creadores de distintos países que en total sumaban alrededor de noventa millones de seguidores. Aquí, nuevamente, el discurso imperante en torno a lo que YT genera con estos eventos e inversiones en educación es democratizar el conocimiento y la forma en la que la gente aprende (Sánchez, 2020).

Dentro de los canales o secciones de YT abocados a la educación, se describe brevemente *YT Aprendizaje*, y se destina una sección aparte para explicar el caso que aquí convoca, *Mi Aula*. *YT Aprendizaje* fue anunciado como parte de los recursos que YT ponía a disposición para poder acceder a contenido educativo durante la pandemia. En la noticia que da cuenta de esto, se señala que *YT Aprendizaje* “está diseñado para inspirar y ayudar a los estudiantes con contenido de educación de alta calidad en la plataforma” (Torres, 2020). Dentro de

la plataforma, aparece como una sección en la barra lateral de la izquierda. Allí, se encuentran una serie de contenidos educativos ordenados por ejes que contienen una breve explicación. Por ejemplo: “multiplicación y división: Aprende más sobre la multiplicación y la división en distintas operaciones matemáticas”; “La historia del carnaval: El Carnaval es una costumbre que se celebra alrededor del mundo y combina elementos tales como disfraces, grupos que cantan coplas, desfiles y fiestas en la calle...”; entre otros. En principio, lo que se aprecia es que todo el contenido es producido por los llamados *edutubers*, y no hay contenido específico creado por la plataforma. *YT Aprendizaje* realiza, entonces, una curaduría sobre el contenido que circula en YT y lo clasifica en función de distintos ejes.

Por último, se encuentra el movimiento o tendencia denominado #estudiaconmigo, en donde personas de todo el mundo abren una transmisión en vivo de una o dos horas para estudiar con quienes así lo deseen. No se trata de compartir conocimientos o dialogar sobre los temas que están estudiando, sino de acompañarse en el proceso. Este tipo de videos son anteriores a la pandemia por COVID-19, pero sus reproducciones, así como los creadores que decidieron comenzar a realizar este tipo de contenidos, escalaron durante esta (Redondo, 2020). Si bien este fenómeno no se constituye como algo impulsado por la plataforma, ya que nace de los mismos *Youtubers*, sí talla las representaciones acerca del rol de YT en los procesos de aprendizaje y, al igual que el contenido creado por los *edutubers*, es capitalizado por la plataforma por la cantidad de atención (medida principalmente en reproducciones) que concentra.

En resumen, en el viraje de YT como espacio educativo, se encuentran distintas iniciativas en los últimos años que se proponen alcanzar dicho cometido. Esto, como se analizará más adelante y en consonancia con lo abordado en la sección anterior, responde a intereses corporativos que apuntan tanto a expandir el mercado y a consolidar la presencia e imagen de YT en cada vez más ámbitos, como a delinear y enfatizar ciertos modos de relación con el saber por sobre otros.

En atención al interrogante sobre cómo YT se constituye como actor legítimo en el ámbito educativo, encontramos literatura que destaca el rol que juega la plataforma en los procesos de aprendizaje informal (Colás y Quintero, 2022; Lange, 2019; Vizcaíno et al., 2019; Temban et al., 2021; Tan, 2013; Albarello, y García, 2024), y formal (Carter y Arroyo, 2011; Domínguez y Murillo, 2018; Neumann y Herodotou, 2020; Rahmasari et al., 2020; Azzara et al., 2023; Valverde y González, 2024). Muchas de estas producciones académicas surgen en el contexto de la pandemia y reflexionan sobre el alcance de la plataforma para paliar el acceso a la educación en tiempos de crisis y aislamiento social. Entre ellas, Colás e Quintero

(2022), quienes abordan las valoraciones de YT como medio de aprendizaje en función de la edad, el género y la formación, afirman que:

YouTube no solo mejoró la experiencia educativa dentro de los contextos formales de aprendizaje, sino que abrió la puerta a la adquisición de aprendizajes que previamente eran inaccesibles fuera del entorno formal educativo. De esta manera fomentó lo que se conoce como aprendizaje informal: un modelo de aprendizaje más personalizado, carente de soporte institucional, donde el aprendiz adquiere un rol activo tanto en el proceso de aprendizaje como en la autorregulación de este. (p. 2)

En este texto se afirma también que “YouTube posee características potencialmente valiosas para satisfacer las necesidades educativas de la población.” (p. 2), entre las que se destacan: el acceso a una mayor cantidad de información, la adaptación del proceso de aprendizaje al momento que el usuario determine (autoadministración de dicho proceso), el acceso desde distintos dispositivos, la posibilidad de crear cuentas personales e ingresar de manera gratuita, la interactividad y generación de comunidades, la autoevaluación, el aprender de quienes comparten rasgos con los usuarios como son los edutubers, entre otras cuestiones. Este tipo de análisis es compartido por otros autores y autoras del mundo hispano que enfatizan en aquello que YT (a través de los edutubers principalmente) en principio facilita y brinda al campo educativo (López et al., 2020; Martínez et al., 2021; Rodríguez y Fernández, 2017), y otorgan menos importancia o desconocen otras cuestiones que ponen en jaque estas ventajas.

Estas ventajas allanan el camino hacia la legitimación de YT como espacio educativo en tanto no son analizadas críticamente, ni son tensionadas con aspectos como: la posibilidad de acceso de los distintos sectores sociales a las TD en general y a la plataforma en particular para estudiar, más aún en el contexto de pandemia (Benítez, 2020); la supuesta gratuidad de YT (Lund y Zukerfeld, 2020; Dolcemáscolo y Dughera, 2022); las implicaciones de la educación autoadministrada en los trayectos formales, y la gestión algorítmica que regula este tipo de plataformas y determina qué CAV se muestra y cuáles no; basándose en criterios poco claros que inciden en la producción y el acceso a los contenidos (Bishop, 2018). Aspectos sobre los cuales reflexionaremos en mayor profundidad en la sección de discusión.

El Caso Mi Aula

El canal de *YouTube Mi Aula* forma parte de las alianzas que la UNESCO entabla con el sector privado. Este se abre el 20 de enero de 2021, cuenta con una gran variedad de contenidos de educación en

español y está dirigido a estudiantes y docentes de educación media de México y Argentina.

Los CAV que se encuentran en este canal ya estaban disponibles, en su gran mayoría, en YT. Más específicamente, según datos extraídos de la web de la UNESCO, el 88 % fueron creados y publicados por edutubers, el 9 % corresponden a canales institucionales, y el 3 % restante es contenido de la agencia. Los criterios de selección se construyeron con base a “varios factores, como el contenido, elementos didácticos, uso del lenguaje y recursos audiovisuales, pero principalmente se enfocaron en los Núcleos de Aprendizajes Prioritarios (NAP) aprobados en 2007”. Un alto porcentaje del contenido seleccionado (74,2 % y 78,4 % en el caso del canal para Argentina) fue creado de manera reciente, entre 2017 y 2020 y, además, se buscó acercar a los usuarios a temas vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) (2,8 % en la curaduría total, y 1,5 % en la versión argentina). En efecto, lo que se hizo fue un trabajo de curaduría, coordinado por una consultora externa, que creó una lista de reproducción de 2 641 CAV. En la versión para Argentina, por ejemplo, se encuentran 866 videos de distintas materias divididos por niveles (UNESCO news, 2021). En cuanto al diseño, el canal no presenta ninguna novedad, sino que reproduce el mismo formato que se aprecia en otros canales educativos. La organización de los contenidos en la página principal está dada por niveles/ciclos educativos, como puede verse en el cuadro a continuación.

Tabla 2
CAV en Mi Aula (México y Argentina)

Mi Aula CAV		Canal México@MiAulaMx	Canal Argentina@MiAulaArgentina
Total		1775	866
Origen (en %)	Edutubers		88
	Canales Institucionales		9
	UNESCO		3
Distribución por fecha de publicación (en %)	Antes de 2017	25,8	21,6
	Entre 2017 y 2020	74,2	78,4
Vinculados a los ODS (en %)		1,3	1,5
Distribución por tipo de contenido	Ciclo básico	-	323
	Ciclo orientado	-	386
	Inglés (para las dos ciclos)	-	157
	Secundaria	897	-
	Media Superior	878	-

Nota. Elaboración propia con base en los artículos publicados en la página de la UNESCO (UNESCO news, 2021; UNESCO Comunicado de Prensa, 2021)

En el artículo publicado en la página de UNESCO sobre el canal Mi Aula para Argentina, se encuentran elementos que dialogan con la literatura presentada en el apartado anterior, en donde se enfatizan las ventajas de YT para la educación informal y formal. Al respecto, Zelmira May, especialista nacional del Programa para Educación de UNESCO señala que: “Esta colaboración entre UNESCO y YouTube es un importante paso para acercarnos a los estudiantes a través del medio que utilizan y consultan con asiduidad, que comparte su lenguaje y que eligen para complementar sus aprendizajes” (UNESCO news, 2021). Otro elemento que se destaca es el énfasis que pone la agencia en cómo estos contenidos buscan acercar a las y los jóvenes a temas clave de la agenda 2030 y a los ODS, y cómo distintas agencias, fondos y programas de la UNESCO (CEPAL, ONU MUJERES, PNUD, etc.) participaron en la

generación de estos recursos. Sin embargo, tal como ahí también se señala, el porcentaje de estos materiales es muy bajo ya que cubre solo 2,8 % del total de los CAV que integran *Mi Aula*. Además, estos contenidos no aparecen destacados en el diseño del canal.

En cuanto a la recepción de *Mi Aula* en Argentina, se encuentran algunos datos que permiten realizar una primera aproximación al uso que se hace de este. El número de personas suscritas actualmente es de 6 490 (enero 2024)[7], y las reproducciones refieren al video que da inicio al canal[8] y a los siete *shorts* (videos muy breves) que se presentan como videos de difusión del canal (327.125), sin precisar el total de reproducciones de los otros CAV que conforman las listas de reproducción de cada sección y que fueron creados en su gran mayoría por *edutubers*. Otro indicador que permite ver el grado de utilización y de interacciones de este canal, aunque con algunas reservas, es la sección de *comunidad*. Allí, se publican casi todas las semanas, contenidos que invitan a visitar una *playlist* sobre un tema determinado, así como encuestas orientadas a conocer, por ejemplo, el tipo de contenidos que son más difíciles para los estudiantes, sobre qué les gustaría aprender, entre otros temas. Las interacciones aquí (participación en las encuestas y me gusta en las publicaciones) promedian los veinte puntos aproximadamente. Sin embargo, cabe aclarar que esta sección generalmente no suele ser muy utilizada dentro de la plataforma, por lo cual, si bien estos datos pueden dar cuenta de un uso bajo del canal, no pueden ser leídos de forma determinante ni concluyente.

Discusión: Implicancias Del Protagonismo De YT En Los Procesos De Enseñanza Y Aprendizaje

En esta sección se plantean los problemas más relevantes que se advierten a propósito del protagonismo que ha cobrado YT como espacio educativo en general y estrechamente relacionado con la educación formal en particular. Específicamente, aquí interesan: el acceso a las TD e internet, los aspectos organizacionales y la gestión algorítmica.

Respecto a la brecha digital de primer orden (Di Maggio y Hargittai, 2001; Fernández, 2020), surge la inquietud, sobre quiénes pueden acceder (y bajo qué condiciones) al canal *Mi Aula*. Durante la pandemia por COVID-19 el acceso a las tecnologías digitales e internet resultó, lamentablemente, una vez más, un problema a resolver. En efecto, dejó en evidencia las desigualdades existentes de estudiantes y docentes respecto de la conexión a internet, la posesión de TD, el conocimiento para utilizarlas, así como el espacio necesario para conectarse o impartir una clase. Al respecto, Bordignon y Dughera (2023, p. 176) identifican, a partir de una encuesta realizada

a docentes y estudiantes argentinos durante 2020, que los mayores problemas que perciben estos actores se vinculan con: la infraestructura de conectividad (69,7 % docentes y 51,4 % estudiantes), con situaciones derivadas de la enseñanza mediada (28,6 y 30,1) y con la falta de hardware o su obsolescencia (25,6 y 20,4). Por su parte, Benítez (2020) retoma la experiencia del plan 1:1 implementado en Argentina entre los años 2010 y 2018 (Plan Conectar Igualdad) y analiza las condiciones necesarias para llevar a cabo la continuidad pedagógica durante la pandemia. Allí, advierte que los mayores obstáculos son estructurales, subjetivos, organizacionales y comunicacionales, siendo la conectividad el principal. En este sentido, si se toma en consideración que el canal *Mi Aula* se crea con la vocación de paliar algunas de las limitaciones señaladas anteriormente, es necesario revisar en qué medida este recurso pudo ser utilizado por las y los estudiantes, y bajo qué condiciones lograron realmente acceder.

La segunda de las problemáticas que interesa plantear se encuentra vinculada a los aspectos organizacionales, específicamente se hace referencia al aprendizaje auto-administrado que promueve *Mi Aula*, el cual es destacado como una ventaja por la literatura (Colás y Quintero, 2022). Más aún, se reivindica tanto instrumental como discursivamente la personalización de las prácticas de enseñanza y aprendizaje. En efecto, el proceso de plataformización conlleva a prácticas cada más individuales e individualizantes. Si bien no se desconocen ni se menosprecian los potenciales beneficios que podrían conllevar la disponibilidad y variedad de recursos, las analíticas de aprendizaje, entre otras, señala o, mejor dicho, alerta acerca del lugar cada vez más lateral que tienen tanto los procesos colectivos de producción de conocimiento como el desconocimiento de este como bien público común. Este doble movimiento forma parte del proceso de *uberización* de la educación formal, las instituciones educativas y las prácticas de enseñanza y aprendizaje (Pardo y San Martín, 2020; Pardo, y San Martín, 2018), el cual se inscribe y tiene diálogo directo con fenómenos radicalmente más amplios como es la IEG y la presencia cada vez mayor de actores EdTEch. El concepto *uberización* ha sido mayormente utilizado para referir a procesos de flexibilización y precarización del trabajo (Marrero, 2021) en relación con avance de las “plataformas de intermediación de trabajo temporario” (Yansen et al., 2019) vinculadas, sobre todo, aunque no únicamente, al reparto como Uber, Rappi, PedidosYa, entre otras. En educación, este fenómeno está asociado a procesos de reorganización dentro del funcionamiento de las instituciones escolares motivados por la inclusión de distintas tecnologías en la gestión y en las prácticas de enseñanza y aprendizaje. En este sentido, la literatura señala que:

La introducción de las plataformas digitales potencia una comunicación más abierta y constante, pero también transforma los patrones de conducta del profesorado, mediante la intensificación del trabajo con tecnologías, y la subsecuente fragmentación de tareas y roles, así como la progresiva atomización y disolución de los componentes clásicos como la responsabilidad o el cambio en las organizaciones. (Pardo et al., 2018, p. 205)

En el marco de la reconfiguración de las relaciones que introducen estos cambios, resulta necesario reflexionar sobre el alcance e implicancias del aprendizaje auto-administrado que promueven canales como *Mi Aula*, atendiendo a: las condiciones (socio-económicas y cognitivas) en las que se da este tipo de aprendizaje, el nuevo rol que pasan a asumir tanto estudiantes como docentes, y los mecanismos de regulación y control que operan en este tipo de plataformas.

Esto último se inscribe en el tercer aspecto a problematizar, el cual refiere a la administración de los datos y la gestión algorítmica. El proceso de plataformización en el que se inscribe *Mi Aula* plantea la tensión entre el uso indiscriminado que hacen de los datos las grandes empresas tecnológicas y los derechos de la ciudadanía (Van Dijck et al., 2018). En el campo educativo, Chechinell y Mueller (2022) plantean una aceleración de este proceso a partir de la pandemia por COVID-19. Más aún, enfatizan cierta preocupación por el avance de la gestión algorítmica en la enseñanza, lo que daría lugar a mecanismos de control en teoría *más objetivos*, pero desligados de la realidad de las y los educadores y las instituciones, provocando despidos injustificados, sanciones, entre otras. *El giro algorítmico*, de la enseñanza que plantean estos autores, generaría que la vida profesional de las y los docentes esté sujeta al control de las grandes empresas tecnológicas, y daría lugar a:

Un ajuste y actualización del aula a una formación hiperpersonal, ‘optimizada’ según una temporalidad estrictamente individual y dirigida a la producción de un *Homo Economicus* que vive y trabaja de acuerdo a plataformas digitales, la producción y circulación de estímulos y la captación de la atención de los demás. (Chechinell y Mueller, 2022, pp. 1106-1107)

Las problemáticas planteadas —brecha digital, aprendizaje auto-administrado y gestión algorítmica— a la luz del caso *Mi Aula* como caso paradigmático, permiten señalar que el avance de este tipo de iniciativas por parte de empresas con fines de lucro (aunque sea en alianza con organismos internacionales como la UNESCO), no deja de tener impactos que pueden resultar nocivos para el sector educativo o que, por lo menos, precisan ser analizadas con mayor detenimiento. En este sentido, la pregunta, en primer lugar, es sobre qué pasa con los datos de estudiantes y docentes, que son apropiados

por este tipo de empresas para el desarrollo de su modelo de negocios. Se insiste, que, si bien el acceso a la plataforma es gratuito, dicha gratuidad está sujeta a la captación de datos y flujos de atención que permiten a YT generar ingresos a través de la venta de espacios publicitarios y de datos para realizar publicidad dirigida. Así, este tipo de alianzas con actores del campo educativo implica asegurar, por ejemplo, la transparencia en el uso de estos datos y el tipo de anuncios que se insertan en los CAV. Asimismo, asociado al “giro algorítmico” (Chechinell y Mueller, 2022), es preciso indagar en qué medida la autoadministración y la hiperpersonalización del proceso de enseñanza y aprendizaje permiten que estas plataformas no se encuentran sujetas y condicionadas a los flujos de atención, usuarios pagos o con contrato con la plataforma, intereses de anunciantes, entre otros, que determinen qué tipo de CAV son mostrados a los y las estudiantes.

Las problemáticas señaladas, además de ser cada una de ellas fenómenos en sí mismos, conforman también el archipiélago que actualmente conforma a la educación en tanto bien común.

Reflexiones Finales

En el análisis realizado, se advierte que el creciente proceso de legitimación de YT en las prácticas de enseñanza y aprendizaje en particular y en la educación formal en general debe atender a cuestiones estructurales que atañen, por un lado, al acceso a tecnologías digitales e internet y, por otro, al funcionamiento y modelo de negocios de la plataforma. Específicamente, se repara sobre tres problemáticas que resultan fundamentales para comprender el rol de YT en la educación, a saber: (a) En qué medida y bajo qué condiciones (de conectividad, espaciales, cognitivas) las y los estudiantes acceden al canal *Mi Aula*; (b) Los cambios que tienen lugar a nivel organizacional, entre los que se destaca las implicancias de la auto-administración de los procesos de aprendizaje, atada a la uberización de la educación y del trabajo docente, y (c) La administración de los datos y gestión algorítmica que forma parte del modelo de negocios de la plataforma y regula qué CVA son mostrados en función de criterios poco transparentes y sujetos a la captación de flujos de atención.

Estos aspectos son solo una parte de aquellos que es preciso seguir caracterizando a la luz del avance de los procesos de plataformización de la educación en un contexto signado por una creciente IEG. En este sentido, se apuesta por dejar aquí algunas pistas, las cuales serán atendidas en futuros artículos. En primer lugar, en relación con los actores que participan en este tipo de iniciativas, como el de *Mi Aula*, se sabe aún muy poco sobre quiénes son aquellos profesionales que se

involucraron en la creación del canal y en qué medida, los y las docentes pueden intervenir y sugerir nuevos contenidos. Tal como observo en la construcción de dicho canal, no están explicitados los criterios que orientaron la selección de contenidos ni qué profesionales formaron parte de ese proceso, salvo una breve referencia a que se involucraron en el proyecto a docentes y especialistas. En segundo lugar, vinculado a la uberización de la educación y la intensificación del trabajo que trae aparejada, otro de los desafíos que se presenta a partir de la platformización y de la incorporación de YT en educación formal, consiste en los temores que se gestan en torno al trabajo docente. La pandemia dejó en claro que la incorporación de las TD en todo el proceso de enseñanza y aprendizaje marcó una mayor intensificación del trabajo docente, así como la disolución casi total entre los tiempos de trabajo y de ocio (Bordignon y Dughera, 2023). Asimismo, se suman temores en torno a la evaluación del trabajo docente, como sucede en otras plataformas, sujeta a criterios estandarizados y ejecutados por programas informáticos sobre los que es necesario profundizar. En tercer lugar, resta indagar en las implicancias de la configuración de YouTube como instancia pedagógica: ¿existe una pedagogía YT?, ¿cómo opera esta plataforma en tanto actor y dispositivo de enseñanza y aprendizaje en el ámbito de la educación formal?, ¿cómo modifica las normas, valores y formas de organización en los espacios de enseñanza y aprendizaje?, entre otras.

Referencias Bibliográficas

- Albarello, F., Arri, F. y García, A. (2024). *Edutubers: Docentes en pantallas*. Editorial Tilde.
- Alexander, J. (2018, Octubre 10). *YouTube is investing \$20M in educational content, creators*. The Verge. <https://www.theverge.com/2018/10/22/18009908/youtube-learning-educational-investment-john-green-asapsience>.
- Anzola, J. y Rivera, D. (2023). Análisis comparativo de la interacción discursiva de dos 'edutubers' de matemáticas. *Index.comunicación*, 13(2), 297-320. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/02>.
- Azzara, E., Bordignon, F., Dughera, L., Echeverri, C. y Tobeña, V. (2023). Usos de contenidos audiovisuales de YouTube y limitaciones educativas. Perspectivas de estudiantes de educación superior en Argentina. *Avatares de la Comunicación y la Cultura* 26(2), 1-19. <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/srehgr6iw>
- Bordignon, F., Dughera, L. y Azzara, E. (2022). Revisión bibliográfica: el fenómeno YouTube y las prácticas de enseñanza y de aprendizaje; Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Instituto Pedagógico Luis Beltrán Pietro Figueroa. *Educare*; 26(1), 341-360.
- Bordignon, F. y Dughera, L. (2023). Tecnologías digitales, docentes y estudiantes a comienzos del Covid-19. Pistas para la educación superior a por venir. *Espacios en Blanco. Serie indagaciones*. <https://doi.org/10.37177/UNICEN/EB33-350>
- Benítez, H. (2020). Condiciones sociales para la continuidad pedagógica en tiempos de pandemia: conocimientos movilizados por el Programa. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, 4(1), 4-29. https://centrolatam.digital/wp-content/uploads/2020/08/1_Revista_Benitez_Larghi.pdf
- Bishop, S. (2018). Anxiety, Panic and Self-Optimization: Inequalities and the YouTube Algorithm. *Convergence*, 24(1), 69-84. <https://doi.org/10.1177/1354856517736978>
- Carter, G. & Arroyo, S. (2011). Tubing the future: Participatory pedagogy and YouTube U in 2020. *Computers and Composition*, 28(4), pp. 292-302.
- Cobo, C. y Rivera, P. (2022). Turn off your camera and turn on your privacy: A case study about Zoom and digital education in South American countries. In L. Pangrazio & J. Sefton-green (eds.). *Learning to Live with Datafication Educational Case Studies and Initiatives from Across*

- the World* (pp. 35-60). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003136842-3>
- Cordero, D., Murillo, S. y Valenzuela, I. (2021). Estudio de caso de los canales de *edutubers* mexicanos especializados en contenidos para profesores. *Revista electrónica de investigación e innovación educativa*, 6(2) 25-37.
- Dolcemáscolo, A. y Dughera, L. (2022). Aprender a producir videos para la web. Tensiones entre la creatividad, precariedad y emprendedorismo en YouTube. En Silvia Beatriz Lago Martínez; Maíra Baumgarten; Luis Romero (comp.) *Cruzando puentes: recientes estudios en ciencia, tecnología y sociedad en América Latina y el Caribe*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Silvia Beatriz Lago Martínez. ISBN 978-987-88-5780-0.
- Dolcemáscolo, A. y Dughera, L. (2019). Representaciones de jóvenes productores de contenido audiovisual en Internet en la prensa escrita: los “Youtubers”. En *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. 1(7), 18-34. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Comunicacion/%20article/view/11179>
- Domínguez, C. y Murillo, P. (2018). La práctica docente mediada con tecnologías. YouTube como herramienta de aprendizaje en educación superior. *Foro Educativo*, 31, 11-29. <https://doi.org/10.29344/07180772.31.1827>.
- Edache, F. y Mumuni, A. (2019). Effect of YouTube on Performance of Secondary School Students en Biology Concepts in Local Government Area of Rivers State. *International Journal of Engineering Science Invention*, .(8), 54-61.
- Fernández, M. (2020). *La brecha digital terciaria El desfase de la institución escolar ante las desigualdades económicas y culturales en el entorno digital*. Repositorio Universidad Complutense de Madrid. <https://bit.ly/3jcfm2k>.
- Lange, P. (2019). Informal learning on YouTube. En *The international encyclopedia of media literacy*, 1-11. DOI: 10.1002/9781118978238.ieml0090
- Levis, D. (2022) *Anotaciones: Ideas y comentarios sobre la vida en la Sociedad de la Pantalla – Sivel/ Cátedra Levis – En red*: <https://levistextos.wordpress.com/>
- Lund, A. y Zukerfeld, M. (2020). *Corporate Capitalism’s Use of Openness: ¿Profit for Free?* Springer Nature.

- Martínez, A., Trujillo, J., Rodríguez, C., Berral, B. y Romero, J. (2021). Análisis de los canales de YouTube como influencers del aprendizaje en educación primaria. *Revista espacios*, 42(3), 130-145. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42v03p10>
- Marrero, N. (2021). Uberización del trabajo. La era de la precarización digital en el capitalismo de plataforma. *Cuadernos abiertos de crítica y coproducción* 4, Instituto Gino Germani-Clacso-Asociación Argentina de Sociología. <https://udelar.edu.uy/portal/wp-content/uploads/sites/48/2021/08/Uberizacion-N.-Marrero.pdf>.
- Neumann, M. y Herodotou, C. (2020). Evaluating YouTube videos for young children. *Education and Information Technologies*, 25(3), 4459-4475.
- Parcerisa, L., Jacovkis, J., Rivera, P. y Herrera, G. (2022). Corporaciones tecnológicas, plataformas digitales y privacidad: comparando los discursos sobre la entrada de las BigTech en la educación pública. *Revista Española de Educación Comparada*, 42(4), 221-239.
- Pardo, I., Waliño, M. y San Martín, A. (2018). La “uberización” de los centros escolares: Reorganización del trabajo pedagógico mediante las plataformas digitales de contenidos. *Educatio siglo XXI*, 36(2), 187-208.
- Pardo, I. y San Martín, A. (2020). Tecnologías y cultura organizativa en los centros escolares: ¿la uberización de las relaciones laborales? *Pixel-Bit*, 5(58), 161-179. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.72767>.
- Pattier, D. (2021). Teachers and YouTube: The use of video as an educational resource. *Ricerche Di Pedagogia E Didattica. Journal of Theories and Research in Education*, 16(1), 59–77. <https://doi.org/10.6092/issn.1970-2221/11584>.
- Pattier, D. (2024). Communication and Emerging Teaching Models: A Study on Youtubers Teachers. *Multidisciplinary Journal of Educational Research*, 14(1). 1-16. <http://dx.doi.org/10.17583/remie.9887>
- Rahmasari, T., Juwani, G., Piliani, P. & Linda, R. (2020). YouTube for Project Based Learning Publications as e-learning Solutions in the Pandemic Period: Literature Review. *Pancaran Pendidikan*, 9(3), 59-66.
- Redacción Perú. (2019, agosto 8). EduCon. 7 de cada 10 personas que ingresan a YouTube lo hacen para aprender. <https://peru21.pe/tecnologia/youtube-educon-2019-7-10-personas-ingresan-plataforma-aprender-nndc-495119-noticia/>

- Redondo, M. (2020, Julio 14). *Estudia Conmigo: el fenómeno de ver a otros hincando los codos que triunfa en YouTube*. Hipertextual. <https://hipertextual.com/2020/07/estudia-conmigo-youtube>
- Ridge, N. y Kippels, S. (2019). UNESCO, Education, and the Private Sector: A Relationship on Whose Terms? In *Researching the Global Education Industry* (pp. 87-113). Palgrave Macmillan, Cham.
- Sabulsky, G. y Alessio, C. (2021). Estudiar en la universidad virtualizada: una aproximación a perfiles tecnopedagógicos de estudiantes. *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, 13(2), 124-141.
- Sánchez, R. (2020, febrero 23). *Así es EduCon, la quedada de 'youtubers' dedicados a la divulgación que suman 90 millones de seguidores*. <https://www.europapress.es/sociedad/educacion-00468/noticia-asi-educon-quedada-youtubers-dedicados-divulgacion-educacion-suman-90-millones-seguidores-20200223110037.html>
- Srnicsek, N. (2018). Capítulo 2: *Capitalismo de plataformas*. En *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Scolari, C. (2018). *Transmedia literacy in the new media ecology: white paper*. Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació.
- Tan, E. (2013). Informal learning on YouTube: Exploring digital literacy in independent online learning. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 463-477. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783594>
- Temban, M., Hua, T. y Said, N. (2021). Exploring informal learning opportunities via youtube kids among children during COVID-19. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(3)272-287.
- Torres, A. (2020, abril 20). *Recursos para aprender desde casa con YouTube*. <https://blog.youtube/intl/es-419/news-and-events/recursos-para-aprender-desde-casa-con/>
- Torres, A. (2019, septiembre 19). *Los abanderados del aula sin fronteras*. Télam digital. <https://www.telam.com.ar/notas/201909/393627-edutubers-los-abanderados-del-aula-sin-fronteras.html>
- UNESCO. (2021, marzo 24). *YouTube y UNESCO crean un nuevo canal para estudiantes y docentes de secundaria*. Fecha de consulta: 5/09/2022. <https://es.unesco.org/news/youtube-y-unesco-crean-nuevo-canal-estudiantes-y-docentes-secundaria>
- UNESCO Comunicado de Prensa (2021, Marzo 17). *YouTube y la UNESCO presentan el canal “Mi Aula”, una herramienta educativa para estudiantes y docentes de secundaria y preparatoria*. Fecha de consulta: 5/09/2022. <https://www.unesco.org/es/articles/youtube-y>

la-unesco-presentan-el-canal-mi-aula-una-herramienta-educativa-
para-estudiantes-y-docentes

- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- Van Dijck, J., Poell, T. y De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Valverde, D. y González, J. (2024). Percepciones de estudiantes de Educación Secundaria sobre YouTube como fuente de información para Física y Química. *Góndola, Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias*, 19(1), 189-208. DOI: <https://doi.org/10.14483/23464712.19738>
- Verger, A., Moschetti, M., & Fontdevila, C. (2023). La industria educativa global: análisis de su expansión y de sus múltiples manifestaciones desde una perspectiva comparada. *Revista española de educación comparada*, 42(1), 10-27 doi:10.5944/reec.42.2023.36415.
- Vizcaíno, A., Contreras, P. y Guzmán, M. (2019). Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber. *Comunicar 59: Medios Móviles Emergentes. Convergencia Comunicativa En El Nuevo Escenario Mediático*, 27(1), 95-104. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-09>
- Yansen, G., Ayala, J., Grosman, A., Lamaletto, L., Pelaez, L. y Perrone, I. (2019). Trabajo y Plataformas: Una caracterización general de plataformas de intermediación de trabajo temporario en CABA. In *14 Congreso Nacional de Estudios del Trabajo—Los trabajadorxs y las trabajadoras en el escenario actual*. ASET.
- YouTube Learning Fund FAQs. (2018). https://drive.google.com/file/d/1g4kvTbdL_L0ZJss7sA9gN6zIyQGSJRQX/view
- Williamson, B. & Hogan, A. (2020). Commercialization and privatization in/of education in the context of Covid-19. *Education International*.
- Zukerfeld, M. y Yansen, G. (2022). Plataformas. Una introducción: la cosa, el caos, humanos y flujos. *Revista REDES*. 27(53), 1-25. <https://doi.org/10.48160/18517072re53.167>

Notas

- [1] Doctora en Ciencias Sociales, Investigadora Adjunta CONICET. Integrante del Equipo de estudios sobre Tecnología, Capitalismo y Sociedad (e-TCS). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. ludughera@gmail.com
- [2] Doctora en Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Comahue. Río Negro, Argentina. agostinadolcemascolo@gmail.com

- [3] Canal producto de una alianza entre la empresa de videos y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
- [4] Podemos distinguir entre plataformas con fines de lucro y plataformas sin fines de lucro en función de si el principio estructurante del proceso productivo es o no la búsqueda de ganancia capitalista (Zukerfeld y Yansen, 2022)
- [5] Como se presenta más adelante, Mi Aula presenta una versión para México y otra para Argentina. En este artículo se presenta la información general de ambas, pero se centra la observación en la última
- [6] Traducción propia
- [7] El primer relevamiento realizado en marzo de 2023 arrojaba un número de 4 740 suscriptores. Si bien este número se ha incrementado, este resulta ser poco relevante.
- [8] Al igual que el número de suscriptores, las reproducciones del video de inicio de canal presentan poco crecimiento, siendo en marzo de 2023 de 321 140 y en enero de 2024 de 324 000.

Enlace alternativo

<https://revistas.utp.edu.co/index.php/miradas/issue/view/1301> (uri)

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/journal/845/8455052007/8455052007.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Lucila Dughera, Agostina Dolcemáscolo

La reconfiguración educativa de YouTube: un análisis crítico del caso Mi Aula

The educational reconfiguration of YouTube: a critical analysis of the case study Mi Aula

Miradas

vol. 19, núm. 1, p. 80 - 106, 2024

Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia

miradas@utp.edu.co

ISSN-E: 2539-3812

DOI: <https://doi.org/10.22517/25393812.25549>