



Recursos educativos abiertos o plataformas. Desafíos de la Universidad Pública en un contexto de creciente mediación tecnológica

Patricio Lorente

Question/Cuestión, Nro.72, Vol.3, Agosto 2022

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS –UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e717>

Recursos educativos abiertos o plataformas

Desafíos de la Universidad Pública en un contexto de creciente mediación tecnológica

Open educational resources or platforms

Challenges of the Public University in a context of growing technological mediation

Patricio Lorente

Universidad Nacional de La Plata

Argentina

patricio.lorente@gmail.com

Resumen

El término *plataforma*, ampliamente utilizado en el habla coloquial para nombrar todo tipo de servicio en línea, tiene sin embargo una definición precisa: se trata de un servicio (por lo general comercial) que recolecta y procesa datos de sus usuarios en el marco de una dinámica de competencia. Su utilización extendida con un significado más amplio oculta las diferencias entre infraestructura pública y privada, entre recursos y explotaciones. En el caso de

plataformas educativas, invisibilizar esas diferencias contribuye a los procesos de mercantilización y privatización de la educación. La irrupción de la pandemia por COVID-19 obligó a aferrarse a cualquier instrumento que permitiera garantizar la continuidad educativa, superado el período de restricciones y vuelta la presencialidad educativa es necesario recuperar una mirada crítica que preserve la autonomía, promueva usos significativos de tecnología y garantice los derechos de docentes y estudiantes.

Palabras clave: Educación; Recursos Educativos Abiertos; Plataformas; Mercantilización de la educación; Universidad.

Abstract

The word *platform*, widely used in everyday speech to name all types of online services, has, however, a precise definition: it is a service (generally commercial) that collects and processes data from its users within the framework of competitive dynamics. Its widespread use with a broader meaning hides the differences between public and private infrastructure, between resources and exploitations. In the case of educational platforms, making these differences invisible contributes to the processes of commodification and privatization of education. The outbreak of the COVID-19 pandemic made it necessary to cling to any tool that would allow educational continuity to be guaranteed, once the period of restrictions has been overcome and face-to-face education is back, it is necessary to recover a critical approach that preserves autonomy, promotes significant uses of technology, and secures the rights of teachers and students.

Key words: Education; Open Educational Resources; Platforms; Commodification of education; University.

Introducción

Es probable que una de las palabras de esta época sea “plataforma”. En el ámbito semántico de la informática y de la conectividad, todo parece ser una plataforma. En el habla coloquial, y en parte de la literatura académica y de divulgación, *plataforma* se utiliza como sinónimo de dispositivo, de programa de computadora, de sitio web, de aplicación para móviles, de red social, de servicio de streaming, entre otros.

Es sábado 30 de julio, mientras ordeno los apuntes para confeccionar este artículo, realizo un modesto experimento: escribo “plataforma” en el buscador del sitio web del diario La Nación, que devuelve 36 notas de las últimas 24 horas que contienen esa palabra. Catorce de ellas corresponden a redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Kwai). Nueve se refieren a servicios de streaming como Netflix. Dos se refieren a aplicaciones financieras, como MercadoPago; y el resto son servicios diversos: una mención a un buscador (Google), a una plataforma de alojamiento (AirBnB), a un servicio de transporte de pasajeros (Uber), a una aplicación de búsqueda de empleo, a una aplicación de meditación, a una servicio de apuestas deportivas, a una aplicación de música, a una de citas, a un servicio de estacionamiento medido (en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), a un servicio de mensajería instantánea (Telegram) y a una aplicación de un ensayo clínico de medicamentos.

A primera vista, parecería que lo que tienen en común es que en todos los casos se trata de algún tipo de servicio que requiere el uso de un dispositivo (computadora personal, teléfono celular) con una conexión a internet. Sin embargo, una *plataforma* no sólo se define por lo que *hace*, sino por *cómo lo hace*: su condición distintiva consiste en recolectar datos de navegación e interacción de los usuarios y procesar esos datos para personalizar los contenidos destinados a cada uno de ellos (Dijck, 2013, p. 29; OECD, 2019, p. 20; Srnicek, 2017).

Entre los ejemplos que ofrecía el diario La Nación esa mañana de sábado, no todos ellos eran realmente una plataforma. Una aplicación de seguimiento de un ensayo clínico es un servicio, recolecta datos personales, pero no procesa esos datos para personalizar de manera automática la interfaz de cada usuario. De acuerdo con las condiciones del servicio, Telegram tiene una política de almacenamiento de datos mínimos, los imprescindibles para funcionar,

aunque no está claro qué es lo que hacen con esos datos. Ese mismo interrogante es pertinente sobre la aplicación de estacionamiento medido de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En cambio, Facebook, por ejemplo, registra cada acción de cada uno de sus usuarios, y a partir del procesamiento de esos datos acumulados, decide qué mostrar en el *timeline* de cada uno de ellos: qué posteos, qué publicidades y qué sugerencias de nuevas amistades deben ofrecerse.

¿Por qué es importante distinguir entre plataformas y otro tipo de servicios? En principio, porque si todo es una *plataforma*, la capacidad descriptiva y la potencia semántica del propio término se diluye, disimulando diferencias y agrupando en el mismo corral animales de muy diversas especies. Entre ellos, predadores y presas.

En el presente artículo, haré una breve reseña de la evolución del término *plataforma* en el contexto de la informática, mostraré que el uso sobreextendido del término tiende a ocultar sus mecanismos de funcionamiento, y postularé la necesidad de una mirada especialmente atenta en el ámbito educativo.

Antecedentes y evolución

Plataforma ha sido un sustantivo de gran riqueza semántica desde antes del actual contexto tecnológico; como veremos más adelante éste es el principal motivo de su adopción por las corporaciones tecnológicas. El Diccionario de la Real Academia Española ofrece diecisiete acepciones, una sola de ellas relacionada con la informática. (2)

La primera acepción es precisa y clara:

“1. f. Tablero horizontal, descubierto y elevado sobre el suelo, donde se colocan personas o cosas.”

Se trata de la acepción más cercana a la etimología del término: *plate-forme*, en francés, o “*forma plana*”, no ofrece dificultad alguna. Lo mismo sucede con otras quince acepciones, a excepción de la novena, que remite al uso en el ámbito de la informática:

“9. f. Inform. Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí.”

No creo necesario extenderme sobre la escasa capacidad descriptiva de esta definición, de enorme vaguedad e imprecisión. Sin embargo, no toda la culpa es del diccionario. Tiene que ver, también, con la enorme amplitud con que se utiliza el término en este ámbito.

En efecto, incluso antes de popularizarse el uso de Internet, con el correo electrónico primero y luego la web en la década de 1990, el sustantivo ya era utilizado en este contexto. En una lista no exhaustiva, *plataforma* se ha utilizado para designar:

- Las principales configuraciones de hardware para computadoras: IBM-PC, Mackintosh, SPARK.
- Los distintos sistemas operativos: Windows, Linux, Unix, macOS, Android. iOS.
- El conjunto de tecnologías (programas, lenguajes y protocolos) que permiten el funcionamiento de la web.
- Aplicaciones web genéricas, tales como gestores de contenido o wikis.
- Motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo, entre otros.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, TikTok, Instagram entre otras.
- Sitios de contenido creados por los usuarios, como Wikipedia, Wikihow, Flickr, YouTube.
- Aplicaciones para contactar a proveedores con clientes, como compra y venta de bienes (Mercadolibre, Amazon, EBay), o servicios específicos: delivery, transporte o mensajería (Uber, Cabify, Rapi, etc.), lo que ha dado lugar a desarrollos teóricos sobre la *economía de las plataformas*.
- Servicios de streaming: Netflix, Disney+, HBO.
- Aplicaciones de videoconferencia: Skype, Zoom, Google Meet, BigBlueButton, Jitsi.
- Sistemas de gestión de aprendizaje: Moodle, Google Classroom, Blackboard.

Al parecer, antes de ampliar de esta manera su alcance, el uso del término en informática se limitaba a una extensión metafórica de aquella primera acepción, e indicaba un entorno que permitía la programación: una *plataforma* era una base sobre la que se podían desarrollar nuevos programas.

En su blog, Marc Lowell Andreessen, un ingeniero de software que contribuyó al desarrollo del primer navegador web, *Mosaic*, se lamentaba por la creciente confusión sobre el término *plataforma* que existía en el año 2007:

... el concepto de 'plataforma' también es el foco de un vórtice de confusión —muchos conceptos relacionados con plataformas, muchos de ellos altamente técnicos, fusionados; muchas personas albergando imágenes mentales incompatibles de lo que está por suceder en nuestra industria como consecuencia de varias plataformas. Creo que esta confusión se debe en parte a que el término 'plataforma' está sobrecargado y se usa para significar muchas cosas diferentes, y en parte porque realmente hay muchas partes móviles en juego que se cruzan de maneras fascinantes pero complejas (Andreessen, 2007) (3)

Y completaba su queja: “El término clave en la definición de plataforma es 'programada'. Si la podés programar, entonces es una plataforma. Si no podés, entonces no... cuando alguien use la palabra 'plataforma', preguntá: ¿puede ser programada? Específicamente, ¿con código provisto por el usuario? Si la respuesta es no, entonces no es una plataforma”. (4)

Andreessen bregaba por volver a un uso más específico del término, mientras personajes con enorme influencia en este período de desarrollo de la informática, como Tim O'Reilly postulaban un alcance mucho más amplio y general: “la Web 2.0 es la red como plataforma” (O'Reilly, 2005) (5)

Es en esta época, en la primera década de este siglo, que el alcance de *plataforma* se extiende como una mancha de aceite a partir de una acción reseñada por Tarleton Gillespie, de la Universidad Cornell en un artículo titulado *The politics of 'platforms'*, en el que analiza la campaña publicitaria de YouTube poco después de haber sido adquirido por Google (Gillespie, 2010).

En ese estudio, Gillespie identifica cuatro dimensiones en el universo semántico de la palabra plataforma:

- En el ámbito de la informática, se trata de una infraestructura que hace posible el diseño y el uso de determinadas aplicaciones.
- En el de la arquitectura, se trata del “tablero horizontal elevado sobre el suelo” que menciono más arriba.
- En términos figurativos, una plataforma refiere a los cimientos, los fundamentos, el nivel inicial de un proceso o una acción.
- En política, refiere a la propuesta de un candidato a sus electores, o más ampliamente, el discurso que usa un político para dirigirse a su audiencia.

Estas cuatro áreas semánticas de la palabra *plataforma* inciden en su elección como denominación: la idea de una *plataforma* para facilitar una actividad, tanto en el caso de la arquitectura como de la informática, que sugiere indiferencia o neutralidad respecto de cuál sea esa actividad; una actividad que además sólo puede crecer y avanzar, y que además es representativa, popular, democrática (en los sentidos figurativo y político del término, respectivamente).

En el caso de la campaña publicitaria de YouTube, señala Gillespie (2010), la palabra *plataforma* fue sucesivamente reemplazando a otras menos neutrales respecto de las diferentes audiencias a las que querían dirigirse, como *sitio web*, *compañía*, *servicio*, *foro* o *comunidad*. YouTube es una *plataforma* para que los aficionados a producir videos caseros se expresen libremente, es también una *plataforma* de marketing para los anunciantes, una *plataforma* para que los cineastas independientes construyan una audiencia, o para que las discográficas promocionen a sus artistas. Gillespie ofrece una serie de ejemplos de la sala de prensa de YouTube que ya no se encuentran en línea, aunque fue posible rescatar capturas de dos de ellos en el Archivo de Internet.

YouTube provee una gran plataforma para cineastas independientes, para construir y desarrollar una audiencia global para sus cortos y videos (*YouTube*, 2007)

YouTube es una plataforma para videos promocionales y educativos, y estamos honrados de asociarnos con PBS (6) para traer su singular programación de video a nuestra comunidad del siglo 21 (*YouTube*, 2008).

Proyectamos asociarnos con ellos [Warner Music] para ofrecer esta potente plataforma a nuestros artistas y sus fans (*YouTube*, 2006).(7)

Como se observa, la vaguedad del término permite que sea usado en diferentes discursos apelando a las distintas connotaciones que ofrece, e interpelando a aficionados (que desean un canal de expresión), a anunciantes (para que publiciten en el sitio), y a profesionales (cuya inclusión permite expandir el alcance del sitio). Pero además ofrece una salvaguarda frente a los riesgos de judicialización de los contenidos: al ser una *plataforma* (no un *servicio*, por caso), tiene mejores chances de evitar responsabilidades por infracciones de copyright u otras acusaciones: permite intentar direccionar dicha responsabilidad legal a los usuarios.

Como señala Gillespie: “un término como plataforma no cae desde el cielo [...]. Está diseñado desde el vocabulario disponible por partes interesadas con propósitos específicos, y cuidadosamente masajeado para que tenga resonancias particulares para audiencias particulares en discursos particulares” (Gillespie, 2010, p. 359).(8) Y advierte que las formas en que estas plataformas resuelvan las tensiones emergentes entre la libertad de expresión y la presión para regular contenidos, entre la participación abierta y la carrera por obtener ganancias, entre lo que permiten y lo que prohíben, tienen consecuencias que pueden quedar ocultas tras el “*confortable sentido de neutralidad técnica y apertura progresiva*” que ofrece la palabra “plataforma”.

La popularización del término y su extensión a cualquier aplicación que corra sobre internet no la independizó de aquellas connotaciones que señalaba Gillespie, sino que confirman, varios años más tarde la sagacidad de aquella estrategia publicitaria de YouTube. Pongamos por caso, Uber: cuando se señala su política depredadora frente a otros servicios de transporte que cumplen con regulaciones de orden público, la defensa de la compañía es que sólo se trata de una *plataforma* cuya responsabilidad se limita a conectar a conductores con pasajeros, apelando a la idea de neutralidad que acarrea ese término.

Ante las críticas de los transportistas tradicionales, Uber ha alegado siempre que al ser una plataforma digital -que sirve como punto de contacto para conductores no profesionales y gente que quiere desplazarse- su actividad está amparada por la libre

prestación de servicios de la que gozan las sociedades de la información (*El Confidencial*, 2017).

Luego de ese proceso de ampliación semántica, se inició un proceso contrario, de mayor refinamiento y enfoque más restringido, especialmente en la literatura académica: promediando la década de 2010 comenzó a limitarse a servicios, sitios web o aplicaciones en línea. Y aún más importante, se comenzó a considerar como *plataformas* a servicios, sitios web o aplicaciones que *recolectan datos de navegación e interacción de los usuarios, para presentar a cada usuario una interfaz personalizada*.

En su popular obra "*The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*", (9) la autora holandesa José van Dijck ofrece una definición en esa línea:

Desde el punto de vista tecnológico, las plataformas son proveedores de software (en algunos casos también de hardware) y de servicios que permiten codificar actividades sociales en una arquitectura informática, procesan datos y metadatos a través de algoritmos y protocolos, para presentar los resultados de ese procesamiento mediante interfaces amigables con configuraciones por defecto que reflejan las decisiones estratégicas de los propietarios de la plataforma (van Dijck, 2013, p. 29). (10)

Este enfoque coincide tanto con estudios críticos del capitalismo como planteos programáticos de organismos multilaterales de corte ortodoxo o neoliberal. En su ensayo sobre el capitalismo de plataformas, Nick Srnicek señala:

¿Qué son las plataformas? Al nivel más general, las plataformas son infraestructuras digitales que hacen posible la interacción entre dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que conectan a diferentes usuarios: clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores, e incluso objetos físicos (Srnicek, 2017, loc. 492). (11)

Si bien en esta cita no hay una referencia a la recolección de datos, es parte del análisis de ese mismo capítulo: "... el capitalismo avanzado del siglo veintiuno se centra en la extracción y el uso de un tipo particular de materia prima: los datos" (Srnicek, 2017, loc. 449). Y más adelante: "En términos simples, debemos considerar a los *datos* como la materia prima

que debe ser extraída, y las *actividades* de los usuarios como la fuente natural de esta materia prima” (Srnicek, 2017, loc. 460) (12)

En el mismo sentido la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), definió a la plataformas online como “servicios digitales que facilitan interacciones entre dos o más grupos de usuarios distintos aunque interdependientes (sean empresas o individuos) que interactúan a través de ese servicio a través de Internet”, y completa la definición en esa misma página: “Las plataformas online tienen algunas cosas importantes en común, incluyendo el uso de tecnologías de información y comunicación para facilitar la interacción entre usuarios, la recolección y el uso de datos cerca de esa interacción, y efectos de red” (OECD, 2019, p. 20).(13)

Así parece que se consolida una definición de plataforma digital o plataforma en línea mucho más precisa, con los siguientes elementos:

1. Se trata de un servicio en línea.
2. Conecta a por lo menos dos tipos de usuarios distintos entre sí (proveedores con clientes, o docentes con estudiantes, por ejemplo).
3. Recolecta datos de navegación e interacción de esos usuarios.
4. Procesa los datos de manera automática para presentar a los usuarios una interfaz personalizada.

Dinámica de las plataformas

Todo el tiempo, aún sin intención, estamos alimentando la voracidad de las plataformas por los datos. Una reacción a un posteo en Facebook (“me gusta”, “me enoja”, etc.) es un dato. Hacer click en una publicidad es un dato, como también lo es ampliar un posteo para leerlo completo, hacer una búsqueda en Google, entrar a un perfil en Twitter para ver de quién se trata o reaccionar a un tweet. Hacer click en el título de una noticia para ver leer la nota es una colección compleja de datos: qué periódico o portal contiene la noticia, cuál es el tema (actualidad, policiales, deportes, tiempo libre, reseña de libros, etc), dónde se localizan los

hechos tratados en la noticia. Trasládase de un lugar a otro es otra colección de datos, si es que llevamos encima el teléfono celular.

Basándose en estos datos, las plataformas elaboran perfiles personales que les permiten fragmentar a las audiencias en grupos homogéneos, y personalizar la información que nos ofrecen. Naturalmente, y ante todo, la publicidad, pero no sólo la publicidad. Una búsqueda idéntica en Google hecha por dos personas distintas desde sus respectivos dispositivos arrojará resultados distintos. Facebook va a mostrar en nuestro muro, de manera prioritaria, aquellas publicaciones que, supone, más nos interesan. Twitter nos hará sugerencia de amistades que el algoritmo le indica que pueden gustarnos.

Los algoritmos de procesamiento de datos y personalización de las plataformas persiguen al menos dos objetivos: el primero es mantener la atención de los usuarios. El segundo, naturalmente, vender. La ventaja de este modelo de negocios sobre otros más tradicionales, es que las plataformas no sólo son el medio para conectar a los usuarios, sino que además son el territorio en que esas interacciones suceden, lo que les da un acceso privilegiado para registrar toda la información derivada de ese intercambio (Srnicek, 2017, loc. 504)

Esta lucha constante por mantener la atención de los usuarios tiene efectos profundos en la sociedad, en la cultura y en la política. Los algoritmos tienden a ofrecer contenidos más radicalizados en la dirección que, suponen, el usuario es sensible. Quien comienza mirando un video en YouTube para aprender a hacer una receta sencilla de cocina y sigue las sugerencias, terminará más temprano que tarde tratando de comprender una lección de gastronomía molecular. El ejemplo es inocente, pero el mismo efecto se produce si alguien inicia su recorrido por la plataforma buscando argumentos sobre supremacía racial, o mostrando interés por las armas de fuego. Señala la periodista española Marta Peirano:

Que los algoritmos de la plataforma premian los contenidos más tóxicos, favorecen la radicalización de personas inestables y amplifican deliberadamente las campañas de desinformación, porque el negocio se basa en la adicción, la vigilancia y la manipulación de sus miles de millones de usuarios (Peirano, 2022)

Más preocupante aún, esa dinámica se retroalimenta con una cultura política cada vez más polarizada y que estimula tendencias que se benefician de esa creciente radicalización y agresividad. En sus trabajos sobre lo que ha denominado *epistemología del engaño*, (14) la académica norirlandesa Allison MacKenzie junto con su colega Ibrar Bhatt, afirman:

La extensión, el alcance y la capacidad fenomenal de respuesta de las redes sociales y la masa altamente fragmentada de personas para quienes los mensajes son transmitidos por complejos algoritmos de micromarketing significa que estamos lidiando con una epidemia de trolls, acoso masivo en línea y la difusión de una cultura en línea tóxica en formas que no pueden ser fácilmente monitoreadas o vigiladas. Estos vicios van acompañados del aspecto más descarado de nuestras vidas en las redes sociales: mentiras colosalmente descaradas y teorías conspirativas dementes. Las mentiras difundidas por bots, ministerios de propaganda, validadas por retweets y trending topics, y repetidas a través de contenido agregado, corroen la confianza (MacKenzie & Bhatt, 2021, p. 14).(15)

Las formas en que el conocimiento se construye, distribuye y consume, en un contexto en el que las personas se informan mayormente por medios digitales, están mediadas por la conducta humana pero exacerbadas por algoritmos, que son los conductores de esa construcción y circulación. La epistemología del engaño aborda las formas en que estas plataformas manipulan nuestras creencias y comportamiento: al mismo tiempo que polarizan a la sociedad, la fragmentación de audiencias la divide en grupos tribales, encierra a las personas en cámaras de eco donde escuchan sólo lo que confirma sus creencias y únicamente se enfrentan a noticias que ratifican a aquellas o que sirven de señuelo para desatar su indignación (Mackenzie et al., 2020, p. 8).

Las promesas de democratización del espacio público, pluralidad y cooperación de los primeros años de la Web 2.0 han derivado en un espacio mayormente privatizado que sigue esas reglas de máxima personalización de contenidos y microfragmentación de audiencias que no dialogan entre sí, a partir del procesamiento automático de datos de comportamiento e interacción de los usuarios.

En efecto, salvo iniciativas de alcance local, son pocos los espacios públicos de la Web. Wikipedia y su ecosistema de sitios, las publicaciones académicas de acceso abierto e iniciativas que no son participativas sino de registro como el Archivo de la Web. (16) No mucho más. Como señala una nota de Ethan Zuckerman, “De los cien sitios web más importantes, Wikipedia es el único no comercial. Si la internet contemporánea es una ciudad, Wikipedia es el único parque público; todos los demás son centros comerciales —abiertos al público general, pero sujetos a las reglas y la lógica del comercio” (Zuckerman, 2019). (17)

Al referirnos a infraestructura pública o privada en internet debemos distinguir entre distintas capas. La primera es la de la conectividad y el acceso. Tendemos a pensar que esta capa corresponde siempre a infraestructura pública. En efecto, aún, cuando se trate de prestaciones realizadas por operadores privados, son servicios fuertemente regulados y controlados por normas estatales y organismos públicos. Sin embargo, amplios sectores de la población mundial acceden a una conectividad mínima por medio de servicios llamados “*de zero rating*”. Es cuando los operadores de telefonía celular no cobran el consumo de datos móviles al utilizar Whatsapp (modalidad más difundida en la Argentina), o el servicio de Facebook *Free Basics*, disponible en varios países del Sur Global. En estos casos, incluso la capa 0 de Internet es infraestructura privada, potenciando la alienación provocada por la dinámica de las plataformas.

...millones de personas acceden a internet a través de las redes sociales porque no pueden pagar una tarifa de datos. Se conectan con tarifas especiales como Vodafone Pass, que por tres euros al mes vende acceso ilimitado a Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Flickr, Tumblr, Periscope y varias plataformas de citas. O a través de Free Basics, el servicio que Facebook ha creado para llevar internet al tercer mundo. Todo lo que leen ha sido preseleccionado por su algoritmo (Peirano, 2019, loc. 3957).

La segunda capa es la de los sitios, las aplicaciones, los servicios, constituye la infraestructura que habitualmente utilizamos para informarnos, expresarnos e interactuar. Es donde dominan las plataformas en un espacio fuertemente jerárquico, competitivo y concentrado. Esa infraestructura, efectivamente, está colonizada por privados. En este punto es menester señalar *que la diferencia entre infraestructura pública e infraestructura privada,*

nos recuerda Marta Peirano, *es la misma que existe entre un recurso y una explotación* (Peirano, 2022, loc. 894).

¿Plataformas educativas o recursos educativos?

Como señalamos, luego de una larga travesía semántica, la definición vigente de *plataforma digital* o *plataforma en línea*, es la de un servicio entre distintos tipos de usuarios que extrae sus datos de navegación e interacción, y los procesa automáticamente para (a) retener su atención y (b) comerciar con ellos. Al hacerlo, contribuye a fragmentar las audiencias, polarizar las sociedades, aumentar la agresividad entre los distintos grupos, facilitar la circulación de discursos de odio, empoderar a sectores radicalizados.

Si bien se trata de construcciones conceptuales diversas y que buscan explicar fenómenos distintos, la epistemología del engaño desarrollada por Allison MacKenzie, Jennifer Rose e Ibrar Bhatt (Mackenzie et al., 2020) guarda relación con la epistemología de la ignorancia propuesta por Charles W. Mills (Mills, 1997), tan fructífera para los planteos antirracistas, decolonizadores y feministas que interpelan en las últimas décadas a las universidades, especialmente en el Sur Global: “la ignorancia, lejos de ser una simple, inocente falta de conocimiento, es un fenómeno complejo que, tal como el conocimiento, está relacionado con el poder; por ejemplo, la ignorancia es frecuentemente construida, y está vinculada a temas como autoridad cognitiva, confianza, duda, silencio, etc.” (Tuana, 2004, p. 226) .(18)

La relación que quiero señalar entre esos dos desarrollos es que en ambos casos develan la forma en que quien ignora es considerado menos humano, “*subhumano*”, a los ojos de quien conoce; dicha subhumanidad justifica la dominación y la violencia sobre los grupos sometidos, en el caso del racismo, el patriarcado o la colonización (epistemología de la ignorancia), o sobre el grupo antagonico (epistemología del engaño).

Como señalaba más arriba: el desafío de descolonizar la educación y la producción de saberes interpela al sistema educativo, pero en particular a la educación superior desde hace

décadas. A ese desafío se le agrega en estos tiempos la necesidad de enfrentar el vértigo de la división y la polarización de la sociedad que produce la dinámica de las plataformas.

En este marco, las palabras importan. Si tanto en el discurso académico especializado como en el discurso del poder representado en este trabajo por la definición de la OCDE, *plataforma* ha adquirido un significado preciso que incluye, fundamentalmente, un mecanismo de funcionamiento basado en el extractivismo de datos, ¿por qué seguimos llamando *plataformas* a sitios, servicios y dispositivos que no lo son? *Porque opera como mecanismo de legitimación de aquellas y enmascara las diferencias.*

Esta confusión no se limita al habla coloquial. El libro de José van Dijck que hemos citado y que constituye una obra de enorme popularidad e influencia, ofrece una definición precisa de lo que es una plataforma en la que el extractivismo de datos se propone como característica decisiva, al mismo tiempo que fuerza la inclusión de Wikipedia como caso de estudio de *plataforma de medios sociales*, junto a Facebook, Twitter, YouTube y Flickr, a pesar de que la enciclopedia no satisface esa condición esencial.(19)

La forma en que distintos medios interactúan, sus relaciones simbióticas y competitivas, es por supuesto objeto del mayor interés y un fructífero territorio para la investigación. No es ésa la crítica. El punto que me interesa señalar es que la autora se propone analizar un ecosistema de *medios que codifican el comportamiento y la sociabilidad de sus usuarios por medios de datos procesados a través de algoritmos*, pero incluye en su análisis a un sitio que *no recolecta datos de sus usuarios ni los procesa para ofrecer una versión personalizada de su contenido*. Y no se ofrece ninguna justificación metodológica para incluir como caso de estudio un objeto que no cumple con los parámetros escogidos y explicitados por la ella misma.

Me interesa señalarlo porque Wikipedia, al fin y al cabo, es un *recurso* en el sentido que recordaba Marta Peirano. Es un *recurso* en tanto *infraestructura pública*: en cualquier plataforma, detrás de la interfaz visible, hay una caja negra cuyo diseño, funcionamiento y control está completamente fuera del alcance de sus usuarios. En el caso de Wikipedia, los usuarios pueden participar en el desarrollo de su software, cuyo código (incluyendo las actualizaciones y extensiones) se encuentra a disposición pública. Su contenido, que es

construido por los propios usuarios, se distribuye con licencias libres, de manera que cualquier persona puede poner en línea un clon de Wikipedia; de hecho, dichos clones existen. Aún más importante en términos de apropiación, existe un fork (20) de la Wikipedia en español desde el año 2002, momento en que un grupo de usuarios de ese idioma trasladó todo el contenido a un wiki montado en los servidores de la Universidad de Sevilla, creando la Enciclopedia Libre Universal. Ciertamente es que con el volumen de contenido que han alcanzado cualquiera de las Wikipedias más importantes, esa operación requeriría una infraestructura física mucho más onerosa que en el año 2002. Pero eso no cambia el hecho de que las salvaguardas legales que habilitan esa operación se encuentran vigentes (Fuster Morell, 2010).

En el ámbito educativo es imperioso poder distinguir entre *plataformas* y *recursos*. El discurso de que toda herramienta informática para ser utilizada en contextos de enseñanza y de aprendizaje es una *plataforma educativa* sugiere que es equivalente utilizar Google Classroom o el aula web de Moodle montada en los servidores de la institución. Las dos son herramientas de gestión educativa, pero mientras la primera es una *plataforma*, cuyo objetivo es captar clientes, recolectar sus datos y entrenar sus algoritmos, la segunda es un *recurso*, su distribución como software libre transparenta sus mecanismos de funcionamiento, habilita su apropiación, permite el desarrollo de políticas de privacidad y resguardo de información, mientras la institución gana autonomía y capacidad para administrar su propia infraestructura.

El neoliberalismo, cuya principal característica es considerar todas las relaciones sociales como una transacción comercial actual o potencial, avanza de manera sistemática sobre la educación; en nuestro país el espacio que aspira a conquistar en particular es el de la educación superior, que logró preservarse no sin conflicto en los años 90 mientras los niveles inicial, primario y medio sufrían un proceso de mercantilización del que no parece haber retorno. Señala Boaventura de Sousa Santos: "La transformación de la educación superior en una mercancía educativa es un objetivo de largo plazo y ese horizonte es esencial para entender la intensificación de la transnacionalización de ese mercado, actualmente en curso" (Santos, 2005, p. 39). Desde mucho antes de la pandemia las corporaciones globales avanzan con distintas estrategias para colonizar ese territorio, en particular desacreditando la educación actual, para luego vender soluciones tecnológicas que la reemplace en una suerte de *solucionismo tecnológico*.

Las corporaciones tecnológicas ya lo están haciendo, basadas en un método de dos pasos. El primero, construir el consenso sobre el fracaso de la educación. El segundo, para reemplazar lo viejo y conducirnos a la educación del futuro” (Zuazo, 2018).

La irrupción de la pandemia requirió soluciones de emergencia para preservar el contacto con los estudiantes, en primer lugar, y luego para continuar el dictado de las clases sin que hubiera oportunidad de una pausa para actualizar los mapas de ese nuevo territorio y la caja de herramientas pedagógicas de cada docente. En este contexto, naturalmente, no hubo mejor opción que aferrarse a lo que estuviera disponible: grupos de Facebook, clases por Zoom o Google Meet, herramientas de Microsoft 365. Luego de atravesar la pandemia es necesario volver a considerar estas herramientas con una mirada crítica sobre el uso de plataformas, que no sólo capturan los datos personales, sino que enajenan el control de los contenidos producidos en el proceso educativo. Naturalizar la colonización creciente de espacios educativos por parte de plataformas implicaría aceptar la privatización de esos espacios; en términos de Boaventura de Sousa Santos, sería ceder ante la “presión hiper-privatizadora de la mercantilización del conocimiento de las empresas concebidas como consumidoras, usuarias y al mismo tiempo como coproductoras del conocimiento científico” (Santos, 2005, p. 47).

Ante la posibilidad de nuevas pandemias, posibilidad que se acrecienta por la catástrofe climática, es menester construir la infraestructura necesaria que capitalice la experiencia del distanciamiento obligatorio y al mismo tiempo evite la dependencia de plataformas. También promover la formación docente para desarrollar respuestas creativas, innovadoras y críticas a los actuales desafíos educativos. Esa infraestructura debe garantizar la autonomía en las decisiones pedagógicas, proveer salvaguardas técnicas, procedimentales y normativas que aseguren el uso respetuoso y transparente de los datos personales de quienes integran la comunidad educativa, y que preserven los contenidos generados por los procesos de enseñanza y los de aprendizaje en la forma de *recursos educativos abiertos*, según la definición adoptada en 2015 por la UNESCO.

El concepto de Recursos Educativos Abiertos (REA) se refiere a cualquier recurso educativo (incluso mapas curriculares, materiales de curso, libros de estudio, streaming de videos, aplicaciones multimedia, podcasts y cualquier material que haya sido

diseñado para la enseñanza y el aprendizaje) que esté plenamente disponible para ser usado por educadores y estudiantes, sin que haya necesidad de pagar regalías o derechos de licencia (Butcher et al., 2015).

Conclusiones

El término *plataforma* en el contexto de la informática ha ido cambiando desde una acepción restringida en los tiempos previos a la popularización de la web, a una enorme diversidad semántica en los primeros años de este siglo, para luego volver a refinarse a fin de indicar con precisión que designa un servicio entre dos o más tipos de usuarios y que para hacerlo *recurre a una recolección continua de datos personales*.

A pesar de la precisión con que se utiliza el término en la literatura especializada, existe una confusión de *plataformas* con recursos, servicios, aplicaciones y sitios web que no realizan ninguna de aquellas operaciones propias de la dinámica de competencia y concentración capitalista. Esa confusión legitima a las plataformas las habilita para ofrecerse como recursos genuinos, enmascarando sus tácticas depredadoras.

La pandemia, por su parte, ha fortalecido las pretensiones de las plataformas corporativas dado que en muchos casos no se contaban con alternativas que permitieran la continuidad de la tarea educativa sin recurrir a ellas. La situación de emergencia justificó ampliamente la utilización de cualquier solución tecnológica que permitiera la comunicación entre docentes y estudiantes, el dictado de clases, la realización de prácticas y la evaluación en un contexto de aislamiento obligatorio.

Superada la emergencia, es menester recuperar una mirada crítica sobre las mediaciones tecnológicas que forman parte de nuestras prácticas docentes, y proyectar las herramientas, los recursos y la infraestructura necesarios para evitar la dependencia con plataformas cuya agenda, dinámica y mecanismos de funcionamiento no son consistentes con la función y los objetivos de la universidad pública.

Utilizar y desarrollar *recursos educativos abiertos*, transparentes en su funcionamiento, adaptables a las necesidades de cada institución, en el contexto de redes interdisciplinarias e interinstitucionales de intercambio y formación docente debería ser la respuesta del sistema de educación superior público a la demanda y necesidades de su propia comunidad.

Notas

(1) YouTube bien podría ser considerado un sitio de contenido generado por usuarios (UGC, por sus siglas en inglés), pero en el contexto de esa nota se lo considera una red social.

(2) <https://dle.rae.es/plataforma>

(3) Traducción propia del inglés:

However, the concept of “platform” is also the focus of a swirling vortex of confusion—lots of platform-related concepts, many of them highly technical, bleeding together; lots of people harboring various incompatible mental images of what’s about to happen in our industry as a consequence of various platforms. I think this confusion is due in part to the term “platform” being overloaded and being used to mean many different things, and in part because there truly are a lot of moving parts at play that intersect in fascinating but complex ways.

(4) Traducción propia del inglés:

The key term in the definition of platform is “programmed”. If you can program it, then it’s a platform. If you can’t, then it’s not. [...] So, if you’re thinking about computing on the Internet, whenever anyone uses the word “platform”, ask: “Can it be programmed?” Specifically, with software code provided by the user? If not, it’s not a platform [...].

(5) Traducción propia del inglés:

Web 2.0 is the network as platform [...].

(6) Acrónimo de *Public Broadcasting System*, red de televisión pública de Estados Unidos.

(7) Traducción propia del inglés:

YouTube provides a great platform for independent filmmakers to build and grow a global audience for their short films and video projects.

YouTube is a platform for promotional as well as educational videos, and we are honored to partner with PBS as they bring their unique video programming to our 21st century community.

We look forward to partnering with them [Warner Music Group] [Warner Music Group] to offer this powerful distribution platform to our artists and their fans.

(8) Traducción propia del inglés:

A term like 'platform' does not drop from the sky [...]. It is drawn from the available cultural vocabulary by stakeholders with specific aims, and carefully massaged so as to have particular resonance for particular audiences inside particular discourses.

(9) Las referencias a esta obra remiten al original, en inglés. Para la versión en español, ver Dijck (2019).

(10) Traducción propia del inglés:

Technologically speaking, platforms are the providers of software, (sometimes) hardware, and services that help code social activities into a computational architecture; they process (meta)data through algorithms and formatted protocols before presenting their interpreted logic in the form of user-friendly interfaces with default settings that reflect the platform owner's strategic choices.

(11) Traducción propia del inglés:

What are platforms? At the most general level, platforms are digital infrastructures that enable two or more groups to interact. They therefore position themselves as intermediaries that bring together different users: customers, advertisers, service providers, producers, suppliers, and even physical objects.

(12) Traducción propia del inglés:

[...] the twenty-first advanced capitalism came to be centered upon extracting and using a particular kind of raw material: data. [...] Simply put, we should consider *data* to be the raw material that must be extracted, and the *activities* of users to be the natural source of this raw material.

(13) Traducción propia del inglés:

[...] an online platform is a digital service that facilitates interactions between two or more distinct but interdependent set of users (whether firms or individuals) who interact through the service via the Internet. [...] Online platforms have some important things in common including the use of information and communication technology (ICTs) to facilitate interactions between users, the collection and use of data about those interactions, and network effects.

(14) *Epistemology of deceit.*

(15) Traducción propia del inglés:

The extent, reach, and phenomenal responsiveness of social media and the highly fragmented mass of people for whom messages are mediated by complex micromarketing algorithms means that we are contending with a troll epidemic, mass online harassment, and the spread of toxic online culture in ways that cannot be readily monitored or policed. These vices are accompanied by a most brazen aspect of our social media lives – colossally impudent lies and insane conspiratorial theories. Spread by bots, propaganda ministries, validated by retweets and trending topics, and repeated through aggregated content, lies corrode trust.

(16) <https://archive.org/>

(17) Traducción propia del inglés:

Of the world's top hundred websites, Wikipedia is the sole noncommercial site. If the contemporary internet is a city, Wikipedia is the lone public park; all the rest of our public spaces are shopping malls—open to the general public, but subject to the rules and logic of commerce.

(18) Traducción propia del inglés:

Ignorance-far from being a simple, innocent lack of knowledge-is a complex phenomenon that like knowledge, is interrelated with power; for example, ignorance is frequently constructed, and it is linked to issues of cognitive authority, trust, doubt, silencing, etc.

(19) A mi juicio, la decisión de José van Dijck de incorporar a Wikipedia en este análisis, usando las mismas categorías que utiliza para abordar las plataformas, es forzado y provoca errores y malentendidos adicionales, particularmente notables en el capítulo correspondiente a la enciclopedia. Sin embargo, este artículo no pretende ser una reseña crítica de ese libro por lo que me limitaré a señalar su inclusión como caso en contra de la propia definición que ofrece la autora, dejando consideraciones de otro orden para mejor ocasión.

(20) Un fork, en español bifurcación, es un término popularizado por la ingeniería de software y refiere a una ramificación de un proyecto madre en otro u otros proyectos independientes entre sí.

(21) <http://enciclopedia.us.es/>

Referencias bibliográficas

Andreessen, M. (2007, septiembre 16). The three kinds of platforms you meet on the Internet. https://fictivekin.github.io/pmarchive-jekyll/three_kinds_of_platforms_you_meet_on_the_internet

Butcher, N., Kanwar, A., & Uvalic-Trumbic, S. (2015). Guía básica de recursos educativos abiertos (REA). UNESCO Biblioteca Digital. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232986>

Dijck, J. van. (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>

Dijck, J. van. (2019). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales (H. Salas, Trad.).

El Confidencial. (2017, mayo 11). Varapalo a Uber: la justicia europea cree que debe tener licencias como los taxistas. http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-05-11/uber-taxi-tjue_1380928/ archivado en https://web.archive.org/web/20170511161325/http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-05-11/uber-taxi-tjue_1380928/

Fuster Morell, M. (2010). Governance of online creation communities: Provision of infrastructure for the building of digital commons [Doctoral]. European University Institute - Department of Political and Social Sciences.

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3), 347-364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>

MacKenzie, A., & Bhatt, I. (2021). Bad Faith, Bad Politics, and Bad Consequences: The Epistemic Harms of Online Deceit. En A. MacKenzie, J. Rose, & I. Bhatt (Eds.), *The Epistemology of Deceit in a Postdigital Era: Dupery by Design* (pp. 3-20). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-72154-1_1

Mackenzie, A., Bhatt, I., & Rose, J. (2020). Dupery by Design: The Epistemology of Deceit in a Postdigital Era. *Postdigital Science and Education*, 3, 1-7. <https://doi.org/10.1007/s42438-020-00114-7>

Mills, C. W. (1997). *The Racial Contract*. Cornell University Press. <https://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt5hh1wj>

OECD. (2019). *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*. <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>

O'Reilly, T. (2005, octubre 1). Web 2.0: Compact Definition? - O'Reilly Radar. <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>

Peirano, M. (2019). El enemigo conoce el sistema. *Debate*.

Peirano, M. (2022). *Contra el futuro: Resistencia ciudadana frente al feudalismo climático*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

- Santos, B. de S. (2005). La universidad en el siglo XXI para una reforma democrática y emancipadora de la universidad. Universidad Nacional Autónoma de México.
<http://localhost:8080/entornoPGU/handle/123456789/267>
- Srnicek, N. (2017). Platform capitalism.
- Tauber, F. (2015). Hacia el segundo manifiesto. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). <https://doi.org/10.35537/10915/46094>
- Tuana, N. (2004). Coming to Understand: Orgasm and the Epistemology of Ignorance. *Hypatia*, 19(1), 194-232. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2004.tb01275.x>
- YouTube. (2006, septiembre 18). Warner Music Group and YouTube Announce Landmark Video Distribution and Revenue Partnership. http://www.youtube.com/press_room_entry?entry=vCfgHo5_Fb4
- YouTube. (2007, octubre 5). YOUTUBE PREMIERES FIRST INTERNATIONAL FILM COMPETITION. http://www.youtube.com/press_room_entry?entry=7vFv73FhLmg archivado en https://web.archive.org/web/20071005110606/http://www.youtube.com/press_room_entry?entry=7vFv73FhLmg
- YouTube. (2008, noviembre 13). http://fr.youtube.com/press_room_entry?entry=ABL6IQ3GaSw archivado en https://web.archive.org/web/20081113093056/http://fr.youtube.com/press_room_entry?entry=ABL6IQ3GaSw
- Zuazo, N. (2018). Los dueños de Internet. *Debate*.
- Zuckerman, E. (2019). Building a More Honest Internet. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/special_report/building-honest-internet-public-interest.php/