



Mariano Caputo*

Plataformización de la educación: los desafíos de la escuela frente a la ideología informático-financiera

RESUMEN

El artículo se propone indagar en la plataformización de la educación en sus distintas aristas. En primer lugar, a partir de la teoría de Althusser de los aparatos ideológicos de Estado, se reflexiona acerca de los modos en que los rituales de las plataformas tensionan las prácticas educativas en el marco de una mutación en la institucionalidad de lo social. Después, se define el corte generacional de la personalización algorítmica, que incide en el acceso a la información y en la vincularidad de las infancias y las adolescencias. Por último, se aborda la crisis epistemológica que favorece el conocimiento informacional y el régimen de la opinión bursátil. El asedio a la escuela encuentra una de sus principales armas en los automatismos informáticos y financieros de las plataformas.

PALABRAS CLAVE

Educación • plataformas • conocimiento • algoritmos • finanzas

Platformization of education: the challenges facing schools in the face of the computer-financial ideology

* Licenciado y profesor en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Doctorando en Ciencias Sociales (UBA). Becario doctoral UBACYT del proyecto “La imaginación postdictatorial. Mutaciones en la experiencia ideológica del tiempo histórico (Argentina, 1983-2025)”, dirigido por Natalia Romé. Participa en el Programa de Estudios Críticos en Ideología, Técnica y Política del IIGG, coordinado por Romé y Pablo Manolo Rodríguez. Docente de materias de comunicación en escuelas de nivel medio de CABA. Filiación: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Argentina. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6277-527X>. Correo electrónico: marianojcaputo@gmail.com



ABSTRACT

The article aims to investigate the platformization of education in its different aspects. First, based on Althusser's theory of the ideological apparatuses of the State, it reflects on the ways in which the rituals of the platforms stress educational practices in the context of a mutation in the institutionalization of the social. Then, we define the generational cut of algorithmic personalization, which affects the access to information and the linking of childhood and adolescence. Finally, the epistemological crisis favoring informational knowledge and the regime of stock market opinion is addressed. The siege of the school finds one of its main weapons in the computer and financial automatisms of the platforms.

KEYWORDS

Education • platforms • knowledge • algorithms • finance

1. LAS PLATAFORMAS EN EL ASEDIO A LA ESCUELA

Desde distintas perspectivas se señala la desprotección de quienes hoy transitan las aulas de los niveles inicial, primario y secundario por el uso de celulares y plataformas. Se habla de la vacancia del rol adulto en la crianza y del reemplazo del juego infantil por los estímulos visuales de las pantallas. Se denuncia una epidemia de enfermedades de salud mental en niñeces y adolescencias, que integrarían una “generación ansiosa”. Se discuten las restricciones a los *smartphones* en las escuelas, por la distracción y las dificultades que generan para el aprendizaje. Se despierta la indignación mediática cuando se hace público que adolescentes, en su mayoría varones, dedican parte de su tiempo de ocio a apostar *online*.

La enumeración, que no se pretende exhaustiva, intenta dar cuenta de un horizonte problemático que afecta las rutinas escolares. “Tengo la sensación de que no puedo luchar contra esto, es demasiado grande”, dice un docente en un artículo de Ferrante y Dussel (2022, p. 185) que indaga en la algoritmización del conocimiento a partir de los usos de YouTube. La institucionalidad escolar hace que las plataformas adquieran en sus espacios otro tipo de visibilidad, acaso cercana al extrañamiento. El encuentro intergeneracional de trabajadores y estudiantes en las aulas se vuelve un nudo de interrogantes, unos cuantos relacionados con la plataformización de la vida social.

Los rituales de las plataformas tensionan a los escolares y viceversa. Aquí nos proponemos explorar estas fricciones en su dimensión subjetiva. Nos interesa ofrecer algunas claves conceptuales sobre la experiencialidad de lo social que las plataformas movilizan en las nuevas generaciones y su incidencia en las prácticas educativas. En una coyuntura económica de recesión, crecimiento del desempleo y endeudamiento de las familias, los desafíos que enfrentan las escuelas exceden, claro está, a los que emergen por el uso de las tecnologías digitales. La plataformización, sin embargo, es un proceso dominante (Caputo, 2024b) que afecta la relación ideológica



e imaginaria (Althusser, 2015) de los sujetos con sus condiciones materiales de existencia, por lo que la tramitación subjetiva de la crisis es inescindible de las modalidades afectivas y vinculares que promueven los procedimientos algorítmicos.

Nuestra indagación se sitúa en una discusión sobre la pérdida de legitimidad de la escuela como institución a cargo de la transmisión de la cultura y de los conocimientos disciplinares. Dussel (2022) define a esta crisis como un “asedio a la escuela” acentuado por la pandemia, que obligó a reflexionar qué es la escuela y qué hace como institución social. Si a la escuela se la cuestionaba en su carácter de aparato ideológico de Estado (AIE), en esta época “se le reprocha no alinearse a los desarrollos dominantes de la política y la cultura contemporáneas” (p. 33). Esta crítica suele organizarse en oposiciones que reproducen las presuntas falencias de la escuela y los rasgos dominantes de la ideología informático-financiera: rigidez/flexibilidad, lentitud/velocidad, tradición/innovación, sujeción/autonomía, grupalidad/individualidad, obligaciones/libertad.

El abordaje de la plataformización de la educación puede caer en el riesgo analítico de asignar un valor absoluto de novedad a estas tecnologías. Héctor Schmucler ya reflexionaba en 1983 sobre la “automatización de la escuela” a partir de la incorporación de las computadoras. En ese entonces proliferaban iniciativas estatales, universitarias y público-privadas que promovían el uso de sistemas informáticos en los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Son interesantes, en este sentido, las referencias de Schmucler a programas que les indican a los estudiantes sus errores y los corrigen de inmediato. ChatGPT es el último hito en esta trayectoria que comienza en los setenta. La automatización trae desde aquel entonces una familia de términos cuyo peso hoy se siente en las políticas educativas: experimentación, innovación, modernización, optimización, datificación, cuantificación.

Otro peligro, acaso más grave, consistiría en aislar a las tecnologías digitales como las causantes únicas de los fenómenos que enumeramos en el primer párrafo. Nos detendremos en la plataformización de la educación desde una perspectiva que considera a las plataformas en su articulación con transformaciones estructurales del capitalismo contemporáneo, que resultan en la consolidación de la ideología informático-financiera en distintos ámbitos de la vida social. Recordemos que la ideología implica “una tendencia dominante a la unificación, administración o disciplinamiento de la heterogeneidad de prácticas de pensamiento” (Romé, 2018, p. 8). En nuestra coyuntura, el despliegue de las plataformas y la inclusión de las poblaciones en los mercados financieros (Vogl, 2023) contribuyen al predominio de la ideología informático-financiera, que se materializa en la existencia histórico-concreta de un conjunto de prácticas. Como demostraremos en el primer apartado, los rituales de esta ideología se caracterizan por desligar a los sujetos de los dispositivos de interpelación propios de la institucionalidad organizada bajo la forma de los AIE¹ que Althusser (2015) definió en la década de 1970, en particular de la escuela.

1 La lista de este “cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas” (Althusser, 2015,



La ideología informático-financiera moldea las formas de comunicación, que son capitalizadas sistemáticamente en las redes sociales por las empresas de plataformas, cuyo surgimiento se explica por la alianza entre el capital financiero y el informático (Vogl, 2023). Las plataformas se vuelven un modelo de negocios dominante por su posición de intermediarias (Srniczek, 2018), que les permite registrar y datificar las acciones de los usuarios y analizarlas para fines económicos, como el ofrecimiento de publicidad personalizada y la optimización de los procesos productivos. La interconexión de los datos registrados por las plataformas tiende a codificar la vida social en una apuesta por transformarla en un sistema cerrado del cual obtener patrones estadísticos, operación llevada adelante por algoritmos automatizados que se complejizan y perfeccionan a mayor cantidad de datos y predicciones efectuadas (Caputo, 2024b).

El espacio escolar, en este marco, es una bisagra que permite el trazado de una línea conceptual: aquella que une esta dimensión económica estructural con una serie de transformaciones subjetivas, políticas y epistemológicas que generan inquietud en torno a las nuevas generaciones. De poco sirve para la comprensión de estas novedades la sorpresa por la cantidad de horas que las adolescencias consumen en TikTok ni la separación entre “mundo real” y “mundo virtual” que sostiene “La generación ansiosa”, el *best-seller* de moda del estadounidense Haidt (2025). El asombro y las tendencias editoriales deben abrirle paso a un abordaje teórico que explique la operación de dominio sobre el tiempo subjetivo que se ejerce a través de los algoritmos (Caputo, 2025). Desde este punto de partida podrán comprenderse las distintas aristas de la platformización de la educación y su efecto de conjunto sobre las prácticas escolares.

El trabajo explorará los desafíos que las plataformas y la ideología informático-financiera producen en la escuela a partir de tres núcleos problemáticos. El primer apartado se propone reflexionar sobre la institucionalidad escolar a partir de la teoría de Althusser (2015) sobre los AIE. La mención de Dussel (2022) invita a recuperar la conceptualización althusseriana de la escuela como el AIE dominante en los setenta para precisar el desplazamiento histórico que encarnan las plataformas. Este movimiento teórico nos hará avanzar, en el segundo apartado, hacia el corte generacional que implica la personalización algorítmica. Lo que en el sentido común aparece como un asunto de “salud mental” es, en rigor, una transformación subjetiva en la relación ideológica e imaginaria con los otros y con el acontecer social, que en las redes sociales asume formas

282) es la siguiente: los AIE religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, de información y cultural. No son, sin embargo, “las instituciones las que ‘producen’ las ideologías correspondientes, sino que son *elementos de una ideología (la Ideología) los que ‘se materializan en’ o ‘existen en’ instituciones correspondientes y sus prácticas*” (p. 119). Los rituales de los AIE, en tanto regulan los actos y las prácticas de los sujetos, materializan la ideología dominante y contribuyen a su reproducción. A diferencia del aparato represivo del Estado, los AIE son plurales y relativamente frágiles, cambiantes, por su susceptibilidad a las luchas que se dan en el seno de sus prácticas. En este trabajo se reflexiona sobre las transformaciones en las instituciones y los rituales del AIE escolar.



tautológicas y evaluativas. Por último, exploraremos las mutaciones en el lenguaje y la crisis de los saberes científicos que producen el conocimiento informacional y el régimen de la opinión bursátil (Vogl, 2023) a partir de Google, ChatGPT y las apuestas *online*.

2. LA INSTITUCIONALIDAD ESCOLAR EN TENSIÓN CON LA IDEOLOGÍA INFORMÁTICO-FINANCIERA

Que a la escuela, como señala Dussel (2022), se le cuestione su desajuste con la ideología dominante y ya no su carácter de AIE da cuenta de que la tradición escolar pareciera ofrecer una resistencia inercial al avance de las plataformas, que se expresa, por ejemplo, en las restricciones al uso del celular en las aulas.

Esta tensión se explica por una mutación en la institucionalidad de lo social. Donde los AIE entran en crisis, las plataformas ofrecen “soluciones”: desde el desempleado que sale a repartir con la mochila de PedidosYa al estudiante que recurre a tutoriales de YouTube para comprender la función matemática que no resuelve en clase. La plataformización promueve vivencias de “desintermediación” (Vogl, 2023) de las relaciones sociales. Las plataformas se consolidan como una nueva institucionalidad, con mayor eficacia en la constitución de la subjetividad, porque las experiencias que posibilitan se viven, justamente, como “desintermediadas” (Caputo, 2024c)

La teoría de Althusser (2015) sobre los AIE nos servirá para esclarecer las consecuencias escolares de esta mutación. Según el filósofo francés, cada AIE² se compone de un sistema de instituciones y prácticas que producen una ideología particular, a la que denomina “secundaria” por su dependencia de la ideología dominante. En la coyuntura actual, los rituales de las plataformas –el *scrolleo*, la interacción en redes sociales, las apuestas *online* y la utilización de Google y la inteligencia artificial como fuentes, entre otros– contradicen algunos rasgos de la ideología escolar, encarnada en los sujetos a los que las instituciones reconocen autoridad –docentes, directivos, funcionarios, especialistas– y en una serie de evidencias acerca del deber ser de los aprendizajes, el comportamiento, la vincularidad y la relación con el futuro.

Althusser consideraba al AIE escolar como el dominante en la década de 1970. Las características que explicaban su dominio, sin embargo, pueden atribuírseles hoy a las plataformas. Este desplazamiento histórico permite situar la magnitud de la plataformización. Es la propia ideología dominante la que se inviste de una forma informático-financiera que debilita la eficacia de los rituales

2 En la nota al pie anterior ofrecimos precisiones sobre este concepto. De aquí en adelante retomaremos algunos puntos de un artículo en el que explicamos la dimensión ideológica y subjetiva de la plataformización de la vida social (Caputo, 2024b). Allí trabajamos nociones claves de la teoría althusseriana de la ideología para estudiar las plataformas.



escolares en la organización de la vida en común a partir de las prácticas naturalizadas por las niñeces y adolescencias en su uso habitual –no desviado, ni patológico– de las plataformas.

De los atributos del AIE escolar enumerados por Althusser nos interesan tres. Primero: provee a cada sujeto de la ideología y las destrezas apropiadas para el papel que debe desempeñar en la producción (empleado, trabajador, jefe, dueño, profesional independiente, etc.). Segundo: dispone de una audiencia obligatoria durante una mayor cantidad de tiempo que cualquier otro aparato ideológico. Tercero: inculca habilidades recubiertas y disimuladas por una ideología de la escuela universalmente reinante que la representa como un medio neutral y desprovisto de ideología.

Para empezar, se proclama el desacople de la escuela con el mundo laboral y cae la promesa de movilidad social ascendente a través del estudio, fundamentalmente en los sectores populares (Hernández y Zarazaga, 2024). Lo que cruje, ante todo, es esa “preparación escolar” para la producción y sus distintos estamentos que señala Althusser. La relevancia en aumento de apuestas *online*, inversiones cripto y billeteras virtuales demuestra la pregnancia de un horizonte de ascenso monetario –que por mero influjo del dinero se transformará en “social”– vinculado con los procedimientos especulativos del mercado financiero, que se generalizan por las facilidades de las plataformas. En estas infraestructuras digitales, por fuera de lo escolar, se ha consolidado un cuerpo de habilidades, saberes, metodologías y prácticas que cargan con una promesa de futuro asociada al éxito económico. La forma *influencer*, que puede apoderarse de cualquier ámbito de actividad, también ingresa en este repertorio. La escuela no provee de las destrezas para ser un *trader* ni un *influencer*: de eso se ocupan las plataformas.

Por otra parte, la plataformización dispone de una audiencia *voluntaria* que excede ampliamente los tiempos de la escuela. Cuando un chico mira dibujos animados por YouTube Kids, a los dos o tres años, empieza su recorrido por las plataformas –si es que sus padres, antes, no subieron fotos y videos de su nacimiento en Instagram o TikTok–, un recorrido que se extenderá y lo acompañará hasta el final de su vida. El tiempo plataformizado no conoce de límites horarios ni institucionales. La distracción que fluye por los celulares del aula disputa el trabajo del docente, que se encuentra ante los estudiantes durante unas horas a la semana. La perfilización algorítmica, en cambio, no cesa en su operación de *feedback* particularizante: tiende a mimetizarse con la vida.

Por último, en la ideología informático-financiera se representa a las plataformas, como afirmaba Althusser de la escuela –asociada hoy, en cambio, con el “adoctrinamiento” y la “politización”–, como medios neutrales, sin ideología, que no hacen más que propiciar la libertad de expresión y ayudar en las labores de la vida cotidiana. La mediación de las plataformas se escabulle de los reflectores mientras a escuelas y docentes se les exige que se atengan a su tarea básica: enseñar los “contenidos” de su saber disciplinario, pero como si se tratara de una mera operación de transmisión, exenta de las complejidades del encuentro entre subjetividades



contradictorias –el docente, con su experiencia en ciertas circunstancias históricas; los estudiantes, que nacen a la vida social bajo otras coordenadas simbólicas–.

Las alarmas en torno a las apuestas *online* y el tiempo en pantalla de las infancias y las adolescencias no contradicen la naturalidad evidente de las plataformas. Funcionan, por el contrario, como una amortiguación de sus efectos, que deja incuestionado el terreno sobre el que deben ejercerse los presuntos cuidados. En otras palabras, no se proponen incidir en la codificación algorítmica de las relaciones sociales ni en las reglas de juego impuestas por las empresas que lideran este momento del capitalismo. Ante la autorregulación de las plataformas, se promueve la autorregulación de cada familia y de cada niño, niña y adolescente. La inevitabilidad de la operación de dominio de las plataformas sobre el tiempo subjetivo se da por supuesta.

Como señala Althusser (2015), la ideología dominante se reproduce mediante la unificación de elementos ideológicos dispares y contradictorios, incluso de aquellos que parecen oponerse. Las apelaciones a una crianza sin pantallas y el encuadre de las apuestas como un problema de “salud mental” vuelven “gestionables” los efectos subjetivos de esta mutación en la institucionalidad de lo social. Se pierde de vista, por lo tanto, la articulación sobredeterminada (Althusser, 1973) de instancias y tendencias históricas que explican la eficacia de las prácticas plataformizadas, a las que no puede reducirse a un asunto de administración familiar ni individual.

En nuestra coyuntura, la ideología informático-financiera asume funciones propias del AIE escolar, aunque encuentra, al mismo tiempo, un dique de contención en su tradición. El trabajo en grupos que se mantienen a lo largo de los años, la autoridad siempre desafiada de los docentes y la imposición de una grilla horaria y curricular –con contenidos a ser aprobados que se fundamentan en disciplinas científicas– friccionan el aplanamiento experiencial de la plataformización, que erige a la perfilización algorítmica como criterio unificador de lo social.

La perfilización, si seguimos a Vogl (2023), articula los distintos estratos de la intermediación de las plataformas: la formalización matemática y sus operaciones de codificación; los lenguajes de *software* y programación que trasladan estas operaciones a prescripciones automatizadas; y, por último, una infraestructura empresarial que funde la validación social con la valorización del capital a través de los procesos de datificación y algoritmización. Esta maraña de lenguajes y abstracciones informáticas se cristaliza en *likes*, comentarios, *stickers*, *trolls*, fotos y filmaciones que afectan a estudiantes y docentes, pero también en formas personalizadas de acceder a la información y a la cultura.

3. EL CORTE GENERACIONAL DE LA PERSONALIZACIÓN ALGORÍTMICA

La personalización algorítmica se entromete con el AIE escolar mediante el *scroll* y la vincularidad digital de las infancias y las adolescencias. En este apartado nos acercaremos, en primer lugar, a las implicancias subjetivas y



pedagógicas del *scrolleo*, esta forma de recepción en el que el “mundo” se da a conocer bajo parámetros redundantes y tautológicos. Después será el turno de los rituales de reconocimiento subjetivo que se conforman en las redes sociales, que ofrecen modalidades publicitarias, evaluativas y cuantificables de interacción. Las escuelas absorben los conflictos vinculares que desata el *trolleo* entre compañeros y se ven desafiadas en la promoción de los valores democráticos en tiempos de *scrolleo*.

3.1. EL SCROLLEO COMO MODO TAUTOLÓGICO DE ACCEDER A LA INFORMACIÓN Y LA CULTURA

El AIE de la información también cruje. La escasa confiabilidad en el periodismo *mainstream* allana el terreno al principio de la personalización algorítmica como modo de acceso a noticias y opiniones. En las infancias y adolescencias, el *scrolleo* conlleva una relación novedosa con el acontecer social y político. Cualquiera sabe –o al menos intuye– que aquello que ve en una red social se relaciona con sus interacciones previas en la plataforma. Cualquier docente sabe, también, que si solicita a los estudiantes del aula que ingresen a una misma plataforma, cada uno verá un *feed* de contenidos diferentes. Si el docente pregunta, en cambio, por las señales televisivas que más consumen, habrá respuestas que se repetirán.

En esta distancia se constata el corte que las redes sociales establecen respecto a los medios de comunicación tradicionales –diarios, radios, televisión– y su experiencia uniformizante de público masivo: pocos emisores para muchos receptores, acostumbrados a elegir entre un repertorio limitado de productos mediáticos. El análisis escolar de los contratos de lectura, las líneas editoriales y la estructura empresarial de los medios del *broadcasting* ya no es suficiente para comprender el modo en que se conforma el sentido común ni las modalidades dominantes de información y entretenimiento. La experiencia de público masivo de la industria cultural se desplaza hacia modalidades particularizantes que requieren de otro tipo de estrategias pedagógicas, que inscriban a las plataformas en tramas económicas y culturales de mayor complejidad.

La mirada adolescente se constituye, entre otras determinaciones, por los fragmentos de “mundo” que las redes sociales les acercan. Estas plataformas encadenan las imágenes de manera perfilizada para los sujetos en un *continuum* que se propone atenderlos en sus inclinaciones, sean políticas, culturales o de consumo. El procedimiento que efectúa este encadenamiento es el *montaje algorítmico* (Caputo, 2025), que provee de contenidos a la actividad de recepción conocida como *scrolleo*: imágenes y textos que se deslizan en la pantalla mientras el sujeto mira.

Las redes sociales no son meras “mediadoras”, sino que ejercen una actividad curatorial: “debemos lidiar con estas empresas en tanto productoras, modificadoras, curadoras, distribuidoras y *gatekeepers* de mercancías informacionales que solo pueden ser fabricadas y convertidas en lucrativas mediante amplias



intervenciones en el orden de la redacción y edición” (Vogl, 2023, p. 168). La selección de los acontecimientos que efectuaban los medios tradicionales según criterios de noticiabilidad coexiste ahora con la mostración híper personalizada de lo social en las plataformas.

El circuito de datificación-algoritmización-perfilización (Caputo, 2024c) de las redes sociales tiende a tomar a su cargo la función informativa de aquellos medios. Pero no se trata de la difusión de noticias y opiniones por otras vías. Las imágenes y los textos que alcanzan la mirada subjetiva durante el *scrolleo* se adaptan de manera constante a las interacciones de los usuarios. El montaje algorítmico afianza una relación tautológica con el mundo: organiza el acontecer social de forma repetitiva y confirmatoria para cada sujeto, al que se le ahorran los disgustos de confrontar con piezas de contenido que contradigan sus creencias. Las propuestas que erigen a la personalización como el criterio rector de las trayectorias educativas acompañan esta tendencia dominante, que resulta, como veremos en el último apartado, en el debilitamiento de los conocimientos disciplinarios y los procedimientos de validación científicos.

La operación predictiva del montaje algorítmico, que busca anticiparse a los deseos de los usuarios, está en la base de las preocupaciones sobre la “ansiedad” por las pantallas. Cuando se habla de “economía de la atención” (Celis Bueno, 2017; Berti, 2022) se corre el riesgo de considerar la “atención” como un recurso dado, ya disponible, a ser extraído. El montaje algorítmico no es tanto una operación extractiva como un dispositivo que organiza el encuentro entre el sujeto y el “mundo” en el marco de una estrategia de dominio sobre el tiempo subjetivo. Su consecuencia fundamental consiste en la particularización de los campos de visión: cada uno ve en función de lo que la plataforma hipotetiza que ya cree (Caputo, 2025). Los algoritmos les reparten a los adolescentes una y otra vez las piezas digitales más eficaces en la captación de su atención/distracción. En el tiempo del *scrolleo* se conforma una determinada concepción del mundo, pero bajo parámetros que tienden a la tautología, es decir, a la realización de una “simple variable lógica [...], aquella en que lo mismo equivale invariablemente a lo mismo” (Di-di-Huberman, 2021, p. 33).

El montaje algorítmico es determinante para la acumulación de capital de las plataformas, que implementan “bucles de realimentación en los que, mediante la estabilización de perfiles de usuarios calculables, se forman al mismo tiempo los objetivos individuales para los ataques [...] del sector publicitario” (Vogl, 2023, p. 168). El *scrolleo*, como práctica de recepción propia de la ideología informático-financiera, plantea un escollo para el trabajo escolar con los valores democráticos de la pluralidad y la diversidad, porque hace de lo visible un entramado tautológico-publicitario que aplana la espesura histórica y contradictoria de lo social. En este circuito de contenidos proliferan las figuras que inciden en la socialización y en las prácticas de consumo de las nuevas generaciones, como lo demuestra el caso de las apuestas *online*, promocionadas por *influencers* que se filman a sí mismos mientras juegan y contribuyen a la deseabilidad de una práctica lúdica que cristaliza una forma financiera de relacionarse con el dinero (Caputo, 2024c).



La intervención algorítmica se hace presente en las rutinas escolares mediante las notificaciones que atraen a los estudiantes para reanudar el circuito del *scroll* y el montaje automatizado. Su influencia decisiva reside, sin embargo, en la personalización de la información y la cultura, que obliga al currículo escolar a repensar las condiciones para el ejercicio de la ciudadanía y del derecho a la comunicación. Ante la ideología informático-financiera, ya no alcanza con las estrategias didácticas pensadas para los medios tradicionales y la posición de los estudiantes como lectores críticos y autores de sus propias producciones. Se necesitan propuestas específicas que faciliten una interrogación por parte de los propios estudiantes acerca de la personalización algorítmica y los sentidos de las prácticas plataformizadas que atraviesan su vida cotidiana.

La línea editorial de las redes sociales no se relaciona con el trabajo de profesionales –periodistas, productores, editores, etc.–, sino con el propio funcionamiento algorítmico. Las decisiones editoriales de las empresas de plataformas tienen un alcance global inmediato. Musk lo demostró cuando compró Twitter. Zuckerberg, cuando modificó las políticas de moderación de contenidos tras el triunfo de Trump. En sus plataformas, las nuevas generaciones hacen más que informarse y entretenerse. También interactúan, producen contenidos y participan de rituales en los que construyen su propia identidad.

3.2. LA VINCULARIDAD EN LAS PLATAFORMAS: DE LA PUBLICIDAD DE SÍ AL *TROLLEO*

Las plataformas se integran a la socialización de las nuevas generaciones bajo formas que merecen ser escritadas. El *scroll* incide en la vincularidad de las infancias y adolescencias: esas imágenes y textos que se deslizan por vía del montaje algorítmico son comentados, compartidos y reaccionados. Pero las redes sociales les permiten, también, la creación de contenidos: registran fotos y videos, que editan y difunden en Instagram o TikTok; intervienen en las tendencias de X mediante tuits; chatean en WhatsApp, donde proliferan grupos de diversa índole; reaccionan a contenidos de otros mediante *likes* y las demás funciones que disponen las plataformas.

Se hace difícil atribuirles “pasividad” a los adolescentes en las redes sociales, como en *La generación ansiosa* (Haidt, 2025), libro que deposita al cerebro como el destinatario final del “ataque” de los estímulos visuales. En las plataformas, por el contrario, se conforman rituales novedosos que intervienen en la garantía que todo sujeto necesita acerca de su singularidad (Caputo, 2024b): son la infraestructura que media entre la propia mirada y la mirada de los otros; el espacio, por lo tanto, en que se dirime el reconocimiento de la propia imagen como valiosa. El narcisismo contemporáneo, como argumenta Groys (2023), poco tiene que ver con la pasividad.

Las redes sociales funcionan como una instancia de validación permanente en la que los sujetos se someten al escrutinio espectacularizado de los otros. En esta lucha por el reconocimiento prevalecen los *influencers*, que encarnan la promesa



de “éxito” de las plataformas: ser visto por muchos y adquirir así poder de influencia, se trate del ámbito que se trate (la academia, por ejemplo, también cuenta con su semillero de jóvenes *influencers* que en dos minutos explican a Platón). Estas figuras se dan a conocer durante el *scrolleo* gracias al montaje algorítmico, que predice cuáles son los contenidos virales con mayores probabilidades de encajar con las inclinaciones de cada sujeto. Los *influencers* reelaboran el culto a la personalidad propio de la industria cultural (Adorno y Horkheimer, 2013). “Ser famoso” cuenta con otras reglas y posibilidades en las plataformas.

En estas reglas se inmiscuye la ideología publicitaria, que se encuentra en el corazón de la interacción plataformizada. En las redes sociales se generaliza una ritualización publicitaria de la vida cotidiana por la incorporación progresiva –y no necesariamente consciente– de saberes, técnicas y procedimientos que conllevan una conducta publicitaria en la exhibición de la propia vida (Caputo, 2024a). Cada sujeto dispone de la posibilidad de comportarse como un publicista de sí mismo en sus *feeds*, *stories* y *reels*: se toma una serie de fotos, las edita, decide cuáles son las mejores, escribe un texto y se arroja a la búsqueda de los *likes*, que cuantifican y parametrizan el reconocimiento. Las reacciones de los otros impulsan un proceso de *feedback* de esa presentación de sí, el ajuste de la propia imagen para conseguir mayor aprobación y ser visibilizado por los algoritmos.

Las infancias y las adolescencias incorporan la pedagogía publicitaria de las plataformas. Se trata de una pedagogía desintermediada, sin expertos a la vista, que interpela a los sujetos a crear contenidos para la carrera de los *likes*. Las nuevas generaciones, por lo tanto, disponen de la posibilidad de diseñar una imagen de sí plataformizada y verificar las reacciones que suscita en su audiencia, sean los seguidores de TikTok, los contactos de Instagram o los integrantes del grupo de WhatsApp del curso. Saberse mirado por los otros provoca una evaluación permanente que presiona sobre la subjetividad. La vincularidad plataformizada se sostiene sobre un andamiaje comunicacional que responsabiliza a los usuarios a partir de un mecanismo de gratificación –o castigo– instantáneo y espectacularizado.

Las plataformas, además, como señala Sibilia (2013), contribuyen al desdibujamiento de las fronteras entre lo íntimo, lo privado y lo público, que fluyen entremezclados en el *scrolleo*. Los *stickers* que ridiculizan a los compañeros, pero sobre todo las *deepfakes* –la edición del cuerpo del otro con inteligencia artificial–, dan cuenta de los poderes que asume la imagen, que lejos está de integrar un inexistente “mundo virtual”. La manipulación informacional de la imagen se ha vuelto un instrumento de daño en el marco de la lucha plataformizada por el reconocimiento. Las burlas no se dirigen solo a la víctima, sino también a los espectadores de la agresión que reaccionan a través de las pantallas y alimentan el circuito de la vincularidad espectacularizada.

Las plataformas propician el *trolleo* (Caputo, 2025), que se sustenta en la agresión digital del otro, transformado así en el foco de una variada gama de metodologías del daño. La falta de contacto personal entre el agresor y el agredido favorece el ejercicio de una postura evaluativa que se descarga sobre los otros. En



la imagen digital, el código permanece oculto, por lo que la identidad es un acto de fe, de creencia (Groys, 2014). La difuminación de los criterios que permiten distinguir el original de la copia hace que el cuerpo del otro pueda volverse una superficie –digital– donde trazar el daño y marcarlo a la vista plataformizada de otros usuarios que podrán sumarse al ritual *troll*.

El *trolleo* es el lado ominoso de la ritualización publicitaria. La vincularidad plataformizada se cifra en el acto tan sencillo de *likear*, que entrama una serie de condiciones que definen a la interacción digital: publicitación, popularidad, evaluación, cuantificación, instantaneidad. Bajo estos parámetros se exhiben los momentos cotidianos y se persigue el reconocimiento ajeno. Las plataformas inciden no solo en la curaduría algorítmica de los contenidos, sino también en la ritualidad comunicacional de la vida cotidiana, que se colma de modalidades publicitarias y evaluativas cuyas esquirolas conflictivas alcanzan a las rutinas escolares.

4. LA CRISIS DE LOS SABERES CIENTÍFICOS EN TIEMPOS DE ALGORITMIZACIÓN Y FINANCIARIZACIÓN

El corte generacional no termina aquí, porque la ideología informático-financiera, por intermedio de la personalización y la capilarización de los saberes financieros, afianza una crisis epistemológica (Vogl, 2023) que deslegitima los procedimientos de las disciplinas científicas y sus tradiciones teóricas. En una coyuntura en la que se habla de “posverdad”, la atención debe dirigirse a los modos en que las plataformas y la financiarización contribuyen a una multiplicación de las verdades. La eficacia de los rituales escolares de transmisión del conocimiento merma ante la dinámica avasallante de los automatismos informáticos y financieros.

4.1. EL CONOCIMIENTO INFORMACIONAL EN GOOGLE Y CHATGPT

La ideología informático-financiera gana consistencia por las mutaciones en el lenguaje que favorecen el motor de búsqueda de Google y la escritura generativa de ChatGPT. La organización algorítmica del acceso a las fuentes y la intervención de la IA en la producción escrita trastocan los criterios disciplinares que establecen la jerarquía de un texto/contenido por sobre otro y, de esta manera, se filtran en los procesos de enseñanza y aprendizaje vinculados con la lectura, la escritura y la investigación.

Vogl (2023) y Groys (2014) coinciden en atribuir a Google un poder de regulación del lenguaje. Para el primero, se trata de “un mecanismo editorial automatizado [...] que, con sus dinámicas de valoración y votación recursivas, por así decir bursátiles, opera de forma oculta pero de ninguna manera neutral” (Vogl, 2023, p. 166). El ranking de resultados que se le ofrece al usuario se explica por un coeficiente de enlaces –es decir, el cálculo de los contenidos más relevantes



en función de sus conexiones hipertextuales y citas— que funciona como una medida de valor. Ante una búsqueda cualquiera, los sitios destacados se reacomodan con los anunciantes publicitarios, que participan de subastas lingüísticas automatizadas. La algoritmización opera tanto en el ordenamiento personalizado de los resultados como en la puja comercial por las palabras clave de las campañas publicitarias de GoogleAds.

Groys (2014), por su parte, considera a Google como una máquina filosófica que regula el “diálogo” del sujeto con “el mundo” a partir de reglas de acceso formales. El buscador interpela al usuario a preguntar por el significado de una palabra y transforma al conocimiento en la suma de las apariciones de dicha palabra en los contextos que Google hace accesibles. Como resultado, la lengua se disuelve en nubes de palabras que se independizan del “lenguaje entendido como una jerarquía verbal definida gramaticalmente” (p. 195).

Google, por su operatoria lingüística, supone un quiebre para el trabajo escolar con fuentes: las palabras son libres de moverse en todas las direcciones posibles a partir de sus apariciones en distintas nubes de palabras, lo que dificulta su inscripción arraigada en contextos estables y normativos como los que caracterizan a las comunidades científicas. Como mecanismo editorial automatizado, fija los criterios de acceso y relevancia de las fuentes digitales, válidos tanto para encontrar el mejor sitio de *e-commerce* de ropa deportiva como para resolver una tarea escolar sobre la Revolución de Mayo de 1810 en Argentina. En este último caso, *PageRank*, el algoritmo de Google, organiza la relación del sujeto con los saberes de una disciplina científica, la Historia, que dispone de criterios fundamentados para determinar las características de un hecho histórico y el rango polémico de sus interpretaciones.

La intervención de Google, sin embargo, excede la selección algorítmica de los resultados. Si se busca el nombre de un dirigente político —Cristina Fernández de Kirchner o Javier Milei— o inclusive de una efeméride —el Día Nacional por la Memoria, la Verdad y la Justicia—, Google regula el acceso a las “noticias destacadas” —con publicaciones de los medios privados-comerciales de mayor audiencia—, sugiere búsquedas realizadas por otros usuarios —lo que genera un bucle de reforzamiento de las tendencias mayoritarias— y exhibe videos de YouTube —otra de las plataformas de Alphabet— relacionados con los significantes introducidos. Si el usuario sigue alguno de estos circuitos automatizados, sobre todo en el caso de YouTube, será guiado por las predicciones personalizadas en el descubrimiento de tal hecho histórico o de tal figura pública.

ChatGPT irrumpió en una coyuntura en la que Google ya ocupaba una posición dominante en el acceso a las fuentes.³ Con la inteligencia artificial, el diálogo

3 Y no solamente Google, sino también TikTok, que según un relevamiento etnográfico de Amnistía Internacional (2023) empieza a funcionar como un buscador “sobre todo en información más cotidiana y menos institucional. La transformación de esta práctica es atribuida principalmente a la posibilidad de construir verosimilitud sobre la información buscada, la capacidad de TikTok de transmitir información en un tiempo



informatizado con el mundo adquiere otras modulaciones, pero que se mantienen en la matriz dominante de la ideología informática-financiera. A diferencia de Google, ChatGPT no ordena los contextos en que aparece una palabra en función de su relevancia. Permite una interacción de otro tipo: un diálogo sostenido, de formas “humanas”, con respuestas que cambian de tono y se adaptan de manera más certera a las instrucciones del usuario, que ya no debe elegir entre fuentes sino propiciar en el *chat* el resultado que más se acerque a sus intenciones.

En términos escolares, su abanico se vuelve inmenso. El mismo dispositivo soluciona una traducción al inglés y una función matemática compleja. La escritura generativa ofrece textos de carga metafórica, pero también cumple funciones de búsqueda de información al estilo de Google, que no por casualidad ha incorporado respuestas con IA en el tope de resultados de su buscador. Con ChatGPT no se trata de abrirse paso entre los contextos donde aparecen ciertos significantes, sino de aprender a utilizar un lenguaje informacional que se perfecciona a partir del *feedback* permanente con los usuarios.

ChatGPT agudiza tendencias ya presentes en los usos de Google y el consumo de “videos de YouTube” que señalan Ferrante y Dussel (2022), pero plantea desafíos novedosos para los procesos de enseñanza y aprendizaje. En primer lugar, si el currículum escolar y las pedagogías docentes pierden fuerza ante la regulación protocolizada de las plataformas, la inteligencia artificial obliga a los procesos de enseñanza y aprendizaje a sortear los escollos de la escritura automatizada, cuyos *outputs* se cuelan en las prácticas escolares y difuminan los criterios de atribución de autoría de las producciones estudiantiles. ChatGPT introduce en la escuela conflictos éticos y epistemológicos que ensanchan aún más la distancia entre docentes y estudiantes: ¿en qué medida se permite y se considera aceptable la incorporación de inteligencia artificial en un trabajo escrito? ¿Cuándo esa incorporación debe ser interpretada como un intento de engaño? ¿Se puede comprender un concepto y apropiárselo en la interacción con ChatGPT? ¿Cómo se posiciona el docente ante esta mediación informacional?

Segundo, si los algoritmos de búsqueda, como afirman Ferrante y Dussel (2022), hacen del conocimiento una mera obtención de resultados cuyas formas de producción no se cuestionan, ChatGPT complejiza aún más esta cuestión: sus respuestas funcionan como la cristalización de un Saber con mayúsculas, que no necesita de encarnaciones autorales ni institucionales. En Google y en YouTube aún se mantiene un margen para la revisión de las fuentes y el reconocimiento

reducido y la capacidad del buscador de comprender mejor qué resultados son ‘para mí’ a partir del trabajo de ‘domesticación’ del algoritmo, en oposición al contenido patrocinado que tiene cada vez mayor incidencia en los resultados que arroja el motor de búsqueda de Google” (p. 38). Es cuanto menos curioso que la personalización algorítmica, una operatoria abstracta, técnica y sumamente compleja de las plataformas, sea vivida por los usuarios adolescentes como una “domesticación” a su cargo. Esta paradoja debe ser interrogada en términos teóricos y empíricos, pero deja en evidencia que los planteos que colocan a los adolescentes como meras víctimas de la tecnología, como lo hace Haidt (2025), no contribuyen a comprender este tiempo histórico.



de sus jerarquías: un tutorial de un “edutuber” se diferencia de un contenido del portal Educ.ar, que implica el sello estatal de una política pública. La legitimidad de ChatGPT se asienta en la sospecha creciente ante los postulados científicos, acentuada durante las medidas de cuidado por la pandemia, y la naturalidad de los procedimientos automatizados. La confianza adolescente en la inteligencia artificial da cuenta del predominio de la comunicación instrumental y de los rituales algorítmicos personalizados de la ideología informático-financiera.

Por último, si en los usos de Google y “los videos de YouTube” el conocimiento consiste en fragmentos que deben ser encontrados, ChatGPT ofrece una provisión automatizada de respuestas siempre a disposición, que prometen solucionar cualquier tarea de cualquier disciplina. Los estudiantes ya utilizaban los “videos de YouTube” y el “copie y pegue” como un modo de ahorrarse los disgustos de una tarea escolar, pero en ChatGPT se consolida un conocimiento informacional que excede al hallazgo de piezas sueltas. Sus *outputs* evidencian un “deber ser” de las producciones académicas a través de un estilo de escritura y una manera de establecer relaciones conceptuales. El rango de resolución de tareas escolares se amplía y alcanza a trabajos que demandan una elaboración interpretativa a partir de fuentes múltiples, como un ensayo. La automatización pareciera contener el potencial de anular la producción escrita como instancia de conocimiento para el estudiante que desee explorar los usos de la inteligencia artificial y convertirse en un usuario experto del diálogo informatizado.

ChatGPT se sitúa así en el recorrido de la plataformización y sacude las prácticas del AIE escolar con su propia especificidad. Su generalización altera la ritualidad de la transmisión y producción de los conocimientos y alcanza a la formación docente, que requiere de acuerdos pedagógicos sobre los modos de proceder ante la inteligencia artificial. Se debe estimular a los estudiantes a que comprometan su subjetividad en las tareas escolares, pero no alcanzará con propuestas que solo los motiven a eludir el uso de la escritura generativa. Detenerse en este punto implica correr la mirada de un movimiento histórico en las formas del lenguaje, que encuentra en la episteme informacional (Vogl, 2023; Rodríguez, 2019) la bisagra que comunica a las plataformas y la inteligencia artificial con los procesos de financiarización.

4.2. EL ANTICIENTIFICISMO DE LA AUTOMATIZACIÓN FINANCIERA

Expliquemos mejor esta articulación, que nos conducirá hacia el problema de la “posverdad”. El auge del concepto cibernético de información después de la Segunda Guerra Mundial, según Vogl (2023), produce un desplazamiento epistémico en la economía financiera.⁴ El sistema financiero se piensa como un inter-

4 Vogl lo ejemplifica a partir de Hayek, que equipara a las transacciones con el procesamiento de información, al comportamiento de mercado con operaciones de



cambio continuo entre dinero e información, lo que lleva al autor a preguntarse por las consecuencias epistemológicas del régimen de la opinión bursátil, cuyas características, como veremos en breve, empalman con el conocimiento informacional de Google y ChatGPT.

El mercado financiero, argumenta Vogl (2023), se comporta como un sistema de anticipaciones sobre el futuro, en el que las expectativas sobre los hechos valen más que los propios hechos: “no lo que fue o lo que es, sino lo que acaso, posible o probablemente ocurra es lo que determina el desarrollo de los acontecimientos” (p. 69). En este circuito de opiniones que se reflejan unas a otras no hay un punto de anclaje fijo y se desvanecen los procedimientos explicativos y justificativos. El régimen de la opinión bursátil favorece así un ciclo automatizable de reacciones entre informaciones y precios en el que solo cuentan los pareceres de los distintos agentes financieros y su expresión en el valor de los activos. Los mercados de capitales, en tanto sistemas orientados a los precios, operan sin lastre histórico, lo que les permite delegar sus decisiones a los algoritmos: “instalan una máquina automática de las finanzas donde las informaciones generan precios, los precios, decisiones de compras, y estas a su vez generan informaciones, precios y decisiones” (Vogl, 2023, p. 74).⁵

Si el precio de los activos financieros adquiere cualidades lingüísticas, en tanto su valor condensa, sincroniza y comunica en “tiempo real” las corrientes de opinión, habría que preguntarse entonces por qué el lenguaje no podría adquirir rasgos propios de los activos financieros. El ordenamiento algorítmico de la aparición contextual de las palabras en Google y los procesos de subasta lingüística automatizada de los anuncios publicitarios hacen de la lengua un sistema de precios: las palabras más buscadas y demandadas por los anunciantes incrementan su valor algorítmicamente determinado. Los significantes, del mismo modo que las acciones financieras, adquieren un precio que condensa informaciones de

feedback y al propio mercado con un sistema automatizado de signos (precios). Este señalamiento coincide con el trabajo arqueológico de Rodríguez (2019). En *Las palabras en las cosas*, argumenta que a partir de la Segunda Guerra Mundial se consolidaron una serie de saberes vinculados a la comunicación, la información, el sistema y la organización que resultan en la emergencia de una episteme informacional en la que son decisivas la teoría matemática de la información, la cibernética y la teoría de los sistemas. El trabajo de Vogl da cuenta de las derivas financieras de este reordenamiento de los saberes.

5 Un ejemplo de esta dinámica lo ofrece lo acontecido el lunes 7 de abril de 2025 tras los anuncios de Trump sobre la suba de aranceles a las importaciones, cuando el rumor de una suspensión por noventa días de la medida fue confirmado por la cadena televisiva CNBC en Estados Unidos. Las acciones rebotaron y revirtieron su caída, pero media hora después el rumor fue desmentido como *fake* por la Casa Blanca. Los precios volvieron a desplomarse: en todo este proceso no hubo más que informaciones y expectativas que motivaron decisiones de venta y de compra expresadas en el vaivén (predecible) de los precios financieros. Una dinámica similar ocurrió cuando Javier Milei promocionó el lanzamiento de una criptomoneda llamada \$LIBRA: el precio se multiplicó por cinco por la confianza en la opinión presidencial, pero los inversores luego fueron defraudados. Se necesitaba de la legitimidad de una opinión –la de Milei– para atraer las opiniones de otros.



mercado, en este caso, las expectativas de los anunciantes en que la búsqueda de tal palabra genere mayores visitas a sus sitios.

Esta tendencia a la determinación automática de los precios vía algoritmos se derrama hacia prácticas que se entran con la afectividad de las nuevas generaciones. Las plataformas de apuestas deportivas, por su promesa de ganancias exorbitantes, son el indicio más rotundo de los modos en que la financiarización permea la subjetividad. En estas plataformas, el deporte se descompone en variables que se comportan de modo análogo a los activos financieros: adquieren un precio que se actualiza de forma automática a partir de la opinión mayoritaria de los sujetos apostadores.

La adopción masiva del lenguaje informacional de ChatGPT en el ámbito educativo se inscribe en una tendencia generalizada a la automatización, que asume las formas de un *chat*, una simple barra de búsqueda o un panel con estadísticas de eventos deportivos. El anticientificismo del régimen de la opinión bursátil se expresa en su rechazo de las escenas de investigación, que requieren de procesos de comprobación inscriptos en tradiciones teóricas sostenidas a lo largo del tiempo. Los automatismos lingüísticos y financieros contribuyen, de esta manera, a una crisis epistemológica que implica “una pérdida de eficiencia simbólica, esto es, de un fundamento en el que todas las palabras y significantes, así como sus sujetos, podrían encontrar un anclaje en común” (Vogl, 2023, p. 199). Las reformas educativas que hacen de la personalización su objetivo primordial, como Secundaria Aprende (Ciudad de Buenos Aires, 2024), institucionalizan –y agudizan– la crisis. La organización curricular, disciplinaria y científica de los conocimientos se disuelve en función del deseo subjetivo, del mismo modo que ocurre en el *scroll* de las redes sociales.

El correlato de esta crisis es la consolidación de una noción de libertad con tintes religiosos en la ideología informático-financiera. Para Groys (2014), Internet favorece una libertad religiosa, incondicional y soberana que permite hacer elecciones personales más allá de toda explicación y justificación, contrapuesta a la libertad condicional de la opinión científica, sostenida por criterios institucionales que obligan al sujeto a fundamentar su postura a partir de reglas públicamente establecidas.⁶ El montaje algorítmico de las redes sociales afianza esta vivencia de libertad incondicional, porque el “mundo” tiende a integrarse a los esquemas de percepción subjetivos mediante las predicciones personalizadas de imágenes y textos.

En este marco, poco sorprenderá que se hable de “posverdad”. La personalización algorítmica, la deslegitimación de la ciencia y el ascenso de una libertad incondicional promueven un desplazamiento en las fronteras simbólicas que delimitan lo verdadero de lo falso. La ideología informático-financiera gana terreno

6 Groys (2014) también enfatiza en la dimensión lingüística de las finanzas: “Hay, además, una semejanza muy significativa entre la inversión del capital y el compromiso religioso: ambos operan a través del lenguaje, aunque al mismo tiempo lo hacen, más allá del lenguaje –donde el lenguaje se entiende como medio de (auto)explicación, justificación y legitimación” (p. 182). El sistema financiero, podríamos agregar, funciona con un componente religioso de pura fe.



en la crisis mediante la automatización algorítmica, que se erige en el principio organizador de precios, significantes e imágenes en las plataformas.

La noción de *posverdad*, sin embargo, oscurece la comprensión de las mutaciones en curso. Es el síntoma, en todo caso, de una multiplicación de las verdades, custodiadas por la personalización algorítmica y el régimen de la opinión bursátil. La crisis epistemológica alcanza a la escuela como institución a cargo de la transmisión de los saberes y de la cultura. Las políticas educativas y los currículums escolares se vuelven un campo de batalla decisivo ante estas transformaciones. La ritualidad escolar aún sostiene un diálogo entre generaciones a partir de saberes legitimados por obra de acuerdos sedimentados en el tiempo. La tendencia deshistorizante de los automatismos informáticos y financieros es una de las principales armas del asedio a la escuela.

5. CONTRA LA ANSIEDAD DE LOS DIAGNÓSTICOS Y LOS *BEST-SELLERS*

Los interrogantes que genera la plataformización necesitan respuestas. Profesionales de la educación, familias y dirigentes discuten las tecnologías digitales por las prácticas naturalizadas de las nuevas generaciones. Ante tamaña inquietud, proliferan diagnósticos que encasillan a las plataformas como un problema de “salud mental” o de “adicción” a las pantallas. La ideología informático-financiera demuestra su eficacia en este encasillamiento, que hace de una mutación del capitalismo un asunto de administración individual y familiar. En éxitos editoriales como *La generación ansiosa*, de Haidt (2025), se difuminan las implicancias históricas de la plataformización.

En este *best-seller*, una coincidencia estadística en gráficos de Estados Unidos, interpretada de manera determinista, opera como un desvío en la evolución biológica de las infancias y adolescencias de Occidente desde 2010, año en que se popularizan los *smartphones*. Nada más conservador, sin embargo, que considerar que las nuevas generaciones se están alejando de la “naturaleza de la infancia” (p. 21) y del desarrollo “sano” y “correcto” del cerebro (p. 80) a partir de comparaciones con otros mamíferos y los grupos humanos de cazadores-recolectores (p. 70). Nada más desacertado, para transformar lo existente, que conceptualizar a los *smartphones* como “inhibidores de experiencias” (p. 80). Las plataformas movilizan una experiencialidad de lo social que se entrama con el deseo de las nuevas generaciones. Los esfuerzos teóricos deben intentar desentrañar los mecanismos de ese apego afectivo y sus consecuencias, que no se sitúan en el cerebro, sino en las transformaciones que recorren el suelo mismo de lo social por obra de los automatismos informáticos y financieros, cuya eficacia interpelatoria adquiere mayor fuerza en las infancias y adolescencias.

Esto, que hoy aparece como una novedad, pronto dejará de serlo. Por ese motivo quisimos acercarnos a la plataformización de la educación en sus determinaciones más estructurales, que se vinculan con el predominio del capital financiero y la crisis de los AIE enumerados por Althusser hace más de cincuenta



años. Con este objetivo, analizamos, en primer lugar, los desplazamientos que se producen en el acceso a la información y la cultura a partir del montaje personalizado y el *scrolleo*, piezas fundamentales de una operación de dominio sobre el tiempo subjetivo. Después fue el turno de las modalidades evaluativas y publicitarias de la interacción plataformizada: la forma *influencer* y el *trolleo* son sus expresiones más destacadas. Nos detuvimos, por último, en la pérdida de eficacia de los rituales de transmisión de conocimiento por el anticientificismo de los automatismos informáticos y financieros. En cada caso, marcamos cómo estas mutaciones inciden en las prácticas escolares en sus distintos planos: desde el trabajo con los valores democráticos a la vincularidad entre compañeros; desde las pedagogías desintermediadas que se conforman en las plataformas a la crisis epistemológica que desata el lenguaje informacional.

La aparición del término *crianza* en los debates sobre educación y tecnología direcciona hacia el núcleo familiar una problemática que se explica por transformaciones en las configuraciones comunicacionales y subjetivas de las nuevas generaciones. En términos estratégicos, el problema es mayúsculo: ya bastante presión se descarga sobre las familias por la pérdida del poder adquisitivo de los ingresos y los cambios en el mercado laboral. La crianza en relación con las pantallas es un tema urgente, pero que necesita del Estado. El cisma que producen estos movimientos se vuelve inabarcable para una familia. Lo mismo vale para una institución escolar. Ante el efecto de conjunto de la plataformización, producto de una mutación estructural que articula órdenes diversos –económicos y políticos; culturales y subjetivos–, se necesita una respuesta –y una imaginación– de la misma magnitud.

REFERENCIAS

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2013). *Dialéctica del Iluminismo*. Terramar.
- Althusser, L. (1973). *La revolución teórica de Marx*. Siglo Veintiuno.
- Althusser, L. (2015). *Sobre la reproducción*. Akal.
- Amnistía Internacional (2023). *Domar el algoritmo: desafíos para la salud mental y privacidad en el uso de TikTok*. https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/de-lightful-downloads/2023/11/InformeTikTok_FINAL-1.pdf
- Berti, A. (2022). *Nanofundios. Crítica de la cultura algorítmica*. La Cebra.
- Caputo, M. (2024a). De regreso a Frankfurt (desde Frankfurt): Crítica comunicacional de la plataformización de la cultura. *Hipertextos*, 12(21), 082. <https://doi.org/10.24215/23143924e082>
- Caputo, M. (2024b). La dimensión ideológica y subjetiva de la plataformización de la vida social. *Pléyade. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 32 (enero), 181-203. <https://www.revistapleyade.cl/index.php/OJS/article/view/411>
- Caputo, M. (2024c). «La financiarización recorre las aulas: apuestas online y la fantasía del dinero fácil en plataformas». En *Plataformas y juventudes: aportes para pensar el impacto de las apuestas online* (pp. 18-29). Defensoría del Pueblo CABA. <https://www.calameo.com/defensoriacaba/read/0026823999d47e6a98289>



- Caputo, M. (2025). El problema de la imagen en redes sociales: *scrolleo*, montaje algorítmico y *trolls* en tiempos de resentimiento [Manuscrito en revisión].
- Celis Bueno, C. (2017). Economía de la atención y visión maquínica: hacia una semiótica asignificante de la imagen. *Hipertextos*, 5(7), 41-53. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/98589>
- Ciudad de Buenos Aires (2024). *Régimen Académico Secundaria aprende*. <https://buenosaires.gob.ar/sites/default/files/2025-02/Régimen%20Académico%20-%20Secundaria%20Aprende.pdf>
- Didi-Huberman, G. (2021). *Lo que vemos, lo que nos mira*. Manantial.
- Dussel, I. (2022). ¿Estamos ante el fin de la escuela? Transformaciones tecnológicas y pedagógicas en la pospandemia. *Revista del IICE*, (51), pp. 31-48 <https://doi.org/10.34096/iice.n51.11333>
- Ferrante, P. y Dussel, I. (2022). YouTube como infraestructura educativa. Alineamientos y desacoples entre los medios digitales conectivos y las prácticas escolares. *Voces de la educación*, 165-196. <https://www.revista.vocesdelaeducacion.com.mx/index.php/voces/article/view/552>
- Groys, B. (2014). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.
- Groys, B. (2023). *Devenir obra de arte*. Caja Negra.
- Haidt, J. (2025). *La generación ansiosa*. Paidós.
- Hernández, D. y Zarazaga, R. (2024). *La narrativa rota del ascenso social. Un estudio sobre las expectativas de jóvenes de barrios populares*. CIAS-Fundar.
- Rodríguez, P. M. (2019). *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas*. Cactus.
- Romé, N. (2018). «Presentación. Pensar en la coyuntura neoliberal». En N. Romé y N. Collazo (comps.), *Política y subjetividad en la escena neoliberal. Aportes de investigación crítica en comunicación* (pp. 4-23). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Schmucler, H. (1983). La educación en la sociedad informatizada. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (6), 12-21. <http://hdl.handle.net/10469/15291>
- Sibilia, P. (2013). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Vogl, J. (2023). *Capital y resentimiento*. Adriana Hidalgo.

Recepción: 12/04/2025

Aceptación: 10/07/2025