

Título original

Pandemia, educación virtual y neoliberalismo: un estudio de representaciones sobre la escuela durante el cese parcial de clases presenciales en la Argentina

Traducción

Pandemic, virtual education and neoliberalism: a study of representations about the school during the partial cessation of face-to-face classes in Argentina

Autor/a 1¹

¹

Resumen/Resumo (100-120 palabras)

Este artículo busca reconocer las representaciones sobre la escuela que operan en dos piezas audiovisuales de educación virtual creadas a partir de la pandemia de Covid-19 en la Argentina, en el marco de las reformas del neoliberalismo tardío. Pertenecen al Ministerio de Educación de la Nación, y a una empresa que brindó servicios al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, respectivamente. Desde un abordaje del análisis crítico del discurso se han intentado reconocer posicionamientos sobre el desarrollo curricular, el sujeto estudiante – docente y la escuela como institución. Aunque encontramos coincidencias en cuanto a su abordaje de contenido curricular, un texto parece reivindicar el lugar docente y a la escuela como espacio de encuentro, mientras que el otro los atenúa.

Palabras clave/ Palavras-clave: análisis de discurso; pandemia, privatización; neoliberalismo tardío

Abstract

This article seeks to recognize the representations about the school that operate in two virtual education audiovisual pieces created from the Covid-19 pandemic in Argentina, within the framework of late neoliberalism reforms. They belong to the Ministry of Education of the Nation, and to a company that provided services to the Government of the City of Buenos Aires, respectively. From a critical discourse analysis approach, attempts have been made to recognize positions on curricular development, the student-teacher subject, and the school as an institution. Although we find coincidences in terms of its approach to curricular content, one text seems to claim the teaching place and the school as a meeting space, while the other attenuates them.

Keywords: discourse analysis; pandemic, privatization; late neoliberalism

1. Introducción/ Introdução

En el 2020 la pandemia del virus Covid-19 forzó a la población a refugiarse en el interior de sus hogares. Con el aislamiento de las familias se interrumpió el dictado presencial de clases a más de 1.500 millones de niños, niñas y adolescentes en todos los niveles educativos, en 180 países alrededor del mundo². Fue por ello que los Estados implementaron diversas acciones de educación a distancia para garantizar la continuidad pedagógica. Estas políticas se materializaron alrededor del mundo en la creación de plataformas educativas, estrategias televisivas y radiales, libros digitales y materiales impresos, y la Argentina no fue la excepción. A partir de ello, los Estados tuvieron que diseñar, programar y ejecutar producciones educativas en un contexto inédito, donde la educación global se pensó en modalidad virtual, lo que resultó un experimento novedoso. Resaltamos esas políticas en cuanto a su proceso de producción, porque es objeto de este trabajo indagar sobre los discursos y representaciones que se pusieron en tensión en la concreción de esas producciones. Respecto de estas, nos interesa primero ubicar a la Educación como posible negocio y quiénes serían beneficiarios de ello. Partimos del razonamiento de Adriana Puiggrós (2016) cuando señala cómo la educación, sólo en Estados Unidos, implica un negocio de dos billones de dólares al año³. Por otro lado, en el contexto del *neoliberalismo tardío*, reconocemos “la existencia de un marco legal internacional que sostiene las políticas de mercantilización de la educación” (Puiggrós en Bottinelli y Pini, 2017). A la vez, entendemos que las políticas neoliberales buscan abrir oportunidades de mercado donde antes el Estado las monopolizaba por considerarlas un derecho. Entendemos que, para conseguir consenso social en el avance de la privatización de los bienes públicos, las políticas neoliberales tienden a utilizar previamente dispositivos culturales que colaboran a instalar la idea

² Informe Preliminar - Políticas educativas en el contexto internacional. Continuidad pedagógica en el marco del aislamiento del Covid-19 (Ministerio de Educación de la Nación, 2020)

³ **El perfecto negocio de la educación - Artículo de Página 12 (Adriana Puiggrós, 2016)

de un Estado ineficiente contra un supuesto dinamismo proactivo del mercado, en beneficio de los ciudadanos como sujetos de mercado y no de derecho. Así fue como, por ejemplo, durante los años 90 en la Argentina se logró imponer la necesidad del achique del Estado y se privatizaron los servicios que, representados como deficitarios y de mala atención, quedaron en manos del sector privado. En Argentina, la educación no está exenta de esos embates. Los medios hegemónicos construyen un discurso que favorece una perspectiva privatizadora. Esto se ve en su apoyo al modelo de mercado, que enfrenta a la escuela actual como una institución impotente ante las problemáticas de hoy, ingobernable y hasta peligrosa (Da Porta y Cianci, 2016). Desde ese lente, analizamos la representación que emerge de la escuela en los textos de voz en off de dos piezas audiovisuales destinadas a presentar modelos de educación virtual en el contexto de la pandemia: por un lado, el texto de la presentación del portal educativo *Tic más*, la empresa de educación virtual que prestó servicios al gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; y por otro lado, la apertura del programa de televisión *Seguimos Educando*, una de las estrategias televisivas que diseñó el Ministerio de Educación de la Nación. Como herramienta de análisis, utilizaremos como marco la teoría de enunciación de Benveniste (1978), la noción de género discursivo de Bajtin (1982) y el análisis léxico gramatical de Gee (2011), para desglosar las estrategias discursivas en cuanto a los sujetos de enunciación emergentes (sujeto de enunciación), la forma que delimita su expresión concreta (su género), y las huellas culturales que atraviesan su gramática. Asimismo, tomamos el concepto de representación social de Abric (1994), para comparar la representación de la escuela en diálogo con otros discursos que circulan socialmente. Al ser un material audiovisual, se toman herramientas de análisis semiótico aportados desde un enfoque multimodal (De Luca y Godoy, 2018), que complementan el análisis de las estrategias discursivas desde lenguajes no verbales.

2. Los hechos y los textos

Ante la pandemia global y el posterior cierre de escuelas en todos los niveles, durante los años 2020 y 2021 el Estado Argentino y las distintas jurisdicciones desarrollaron estrategias de continuidad pedagógica a distancia. Pero ante la baja calidad de acceso a conectividad a lo largo y ancho del país, se tuvieron que tomar estrategias diversas⁴. Por eso, una de las estrategias que posibilitaron el acceso universal en nuestro territorio fue a través de programas educativos de Radio y Tv, medios analógicos que por su gratuidad y masivo acceso fueron aliados estratégicos para compensar el déficit de conectividad mencionado. En este proceso las agencias educativas del gobierno nacional, por su parte, se convirtieron en verdaderas usinas de contenido, y asumieron total centralidad en la producción de sus herramientas. Otras jurisdicciones optaron aliarse a empresas privadas vinculadas al desarrollo de plataformas, herramientas y contenidos a distancia, con distintos modos de articulación con las direcciones de nivel en esa alianza público - privada. Ese fue el caso del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que, a través de una modalidad mixta, se asoció con el sector privado como asistente proveedor de algunos servicios de educación virtual. En este marco, este trabajo analiza dos piezas de educación a distancia producidas bajo ambas modalidades: *Seguimos Educando*, una estrategia televisiva producida desde el Estado Nacional, y el spot institucional de la empresa de educación virtual *Tic más*, empresa que ofició de proveedor externo del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires⁵. El corpus es indagado a partir de **la identificación de palabras clave presentes en el texto, sus posibles destinatarios,**

⁴ Según el Indec, hacia el 4to trimestre de 2021 casi el 40% de la población no contaba con computadoras en sus hogares. Y si bien el registro indica que el 90% de los hogares tenían acceso a internet, su servicio era deficiente, porque lo obtenían a través de sus celulares, vía uso de datos, lo que daba por resultado una conectividad de baja calidad. Por otro lado, la cantidad de equipos por grupo familiar era inferior a sus integrantes. Todo esto fue un gran desafío para las jurisdicciones, porque en muchos hogares argentinos dificultaba, o imposibilitaba en algunos casos, el dictado de clases sincrónicas para más de un estudiante por hogar.

⁵ Resolución 9956/SSCDOC/20

los modos de comunicar y las formas de representar lo escolar en términos tanto estéticos como político discursivos.

2.1. Una política educativa del gobierno Nacional: Seguimos Educando

Creemos clave situar la producción de los textos que componen el corpus en el marco de la irrupción repentina y sorpresiva que significó la pandemia global. El aislamiento forzado se decretó tan solo a 3 meses de que el Frente de Todos hubiera asumido la presidencia y tomado el mando de la administración general del Estado. El 23 de enero, apenas asumido el nuevo ministro de Educación, Nicolás Trotta, había recibido a los gremios docentes, que venían de 4 años de tenso diálogo con la gestión saliente, y declaró públicamente: "Es responsabilidad de todos y todas trazar objetivos comunes", (para lograr) "un camino a transitar en los próximos años **entre todos los actores que componen el sistema educativo**".⁶ Leemos ese gesto como una clara posición de distanciamiento en relación con la postura que la gestión anterior había sostenido frente a los gremios. El gobierno saliente, de corte neoliberal, se había caracterizado por sostener un alto nivel de conflictividad con los gremios de la educación. La Paritaria nacional docente estipulada por la ley de Financiamiento Educativo nro 26.075 había quedado sin efecto durante el gobierno de Mauricio Macri vía decreto presidencial. Las tensiones entre unos y otros supieron escalar a eventos insólitos. María Eugenia Vidal⁷, del mismo partido político que el gobierno nacional anterior, en el contexto de una disputa por el inicio de clases ante el reclamo salarial de docentes de la provincia que ella gobernaba, en 2017 llegó a convocar a voluntarios y familiares a que se hicieran cargo de la

⁶ Nota:

<https://infocielo.com/gremios/el-gobierno-restablecio-la-paritaria-nacional-docente-y-convoco-los-gremios-la-semana-proxima-n114330>

⁷ Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires (2015 - 2019)

tarea docente, y poder así “garantizar el inicio de clases”⁸ en las escuelas de la provincia de Buenos Aires. Consideramos que ir contra el salario docente, tanto como atacar a la figura docente como profesional de la educación, constituye una estrategia retórica propia de las políticas educativas de corte neoliberal (Cambours de Donini y Pini, 2017). En contraste, nos parece relevante el texto de Nicolás Trotta citado más arriba, que en su primera declaración como Ministro de Educación buscó diferenciarse de la gestión anterior al reconocer al docente como un profesional clave del sistema.

2.2 Tic Más, educación a distancia desde el sector privado

Durante el gobierno de Mauricio Macri, el empresario de medios Daniel Hadad asistió como invitado especial a una emisión del programa de televisión *Animales Sueltos*⁹ para hablar sobre su mirada del país y expresar, desde su punto de vista, qué aspectos de la gestión lo habían decepcionado: “*Yo soñaba alguna revolución en materia educativa en este país, y juro que no la veo (...), hoy la tecnología haría muy fácil hacer esta revolución*”. Más adelante, el entrevistado desarrolla los proyectos nuevos en los que está involucrado, a los que presenta como los negocios de la sociedad del futuro¹⁰. El empresario reconoce, desde su punto de vista, que la producción de riquezas en el mundo de hoy no son los recursos naturales sino el conocimiento, y por eso el sector privado debe aliarse a ese proceso. Hadad no dice nada nuevo, ya que, por citar un ejemplo, en el año 2000, durante los inicios de internet, la revista norteamericana *The educational industry report* orientaba a empresarios a volcarse hacia las empresas de

⁸ Telam:

<https://www.telam.com.ar/notas/201702/181049-vidal-anuncio-que-convocara-voluntarios-si-el-par-o-docente-se-concreta.html>

⁹ *Animales sueltos* (2012 - actualidad), Jotax Producciones. Canal América Tv.

¹⁰ Daniel Hadad, hablando de las riquezas del Siglo XXI, se pregunta: “*Si hoy tuvieses que invadir un lugar en el mundo, ¿qué tuvieses que invadir? (sic) ¡Silicon Valley! Donde se produce la riqueza en el mundo*”. (*Animales Sueltos*, América Tv, 2017).

E-learning.¹¹ El empresario no se quedó solo en declaraciones periodísticas. Meses después de esta entrevista, Viviana Zocco, su esposa, registra la empresa de educación virtual *Tic Más*. Desde su creación, las publicaciones de *Tic Más* ocupan espacios destacados dentro de su propio portal de noticias, Infobae. Uno podría inferir que los temas de educación a distancia no son de particular interés de los lectores del portal, por lo que leemos esa acción como una estrategia empresarial de instalar su nuevo emprendimiento comercial para la incidencia de ciertos temas de debate público. Este recorrido nos parece relevante para situar el origen de la producción del texto de *Tic más*, la empresa que el Gobierno de la ciudad eligió en calidad de proveedor de esa alianza "público - privada" con las producciones educativas durante la pandemia.

2.3 Los textos en el aislamiento social, preventivo y obligatorio

Habiendo enmarcado los textos en tensión con ciertos discursos político-ideológicos sobre la escuela, nos parece importante poner en contexto que el dictado de clases a distancia se dio con todos y todas dentro de sus casas. En esta etapa docentes, estudiantes y familias convivieron como nunca en tiempo y espacio y el funcionamiento interno del sistema educativo tuvo una inusual exposición directa frente a la sociedad. Ante esta dinámica de "aula en casa", nos preguntamos si esos textos producidos desde las gestiones de gobierno revelan a través de sus estrategias discursivas un modelo de escuela "a perseguir" desde la perspectiva de los gobiernos de turno, preocupados por el alto nivel de exposición social, y cuánto ese modelo se distancia de la realidad heterogénea del sistema educativo del país.

¹¹ Peter Stroke: "Las e - learning van a transformar la escolaridad y la asociación público privada debe encabezar ese proceso". Pini, M. E. (2003). *Escuelas charter y empresas: un discurso que vende*. Buenos Aires, Miño y Dávila Editores.

3. Marco Teórico

Enmarcamos los discursos alrededor de la educación actual en tensión con las corrientes del *Neoliberalismo Tardío* (Cambours de Donini y Pini, 2017). Esta corriente ideológica busca cambiar el paradigma de educación humanista como derecho, para que se entienda como mercancía. En nuestro país en los años 90, en el marco general de un desprestigio contra todo lo estatal (en su gestión de servicios, empresas estatales, etc), un grupo de intelectuales empezó a plantear el *desastre de la educación*. Entendían que el nuestro era un modelo educativo de país periférico y había que salir a buscar modelos afuera, que fueron los modelos de mercado (Puigrós en Bottinelli y Pini, 2017). Esos modelos se caracterizan por representar a la gestión privada como mejor que la pública, plantean la libertad de currículum y elección de escuela de cada familia como un bien en sí. Construyen una imagen de escuela privada como más eficiente para atender la diversidad de problemas en el aula, en oposición a una escuela pública como gran burocracia, tomada por la sindicalización docente, a la que hay que combatir (Pini, 2003). Para el modelo de educación como mercancía, los contenidos deben dar respuesta al **manejo de competencias**. El currículum se aborda con perspectiva ahistórica, desvinculado de su contexto, y con resultados medibles por igual, configurando un sujeto homogéneo, no pensante y descontextualizado. Y si un diseño curricular siempre apunta a la formación de un tipo de sujeto, algunos pensadores creen que este modelo de escuela apunta a la formación de un trabajador entrenado para su competencia, con posibilidad de fácil relocalización en el contexto de una economía global dominada por las empresas transnacionales (Aronskind en Bottinelli y Pini, 2017). A su vez, en esta mercantilización de la educación, el sector privado gana mercados con el Estado como gran proveedor, que de este modo transfiere grandes recursos a través de fundaciones, ONG o universidades privadas.

Las escuelas se convierten en clientes, con un contenido estandarizado¹². Es en esta tendencia donde el docente pierde libertad de cátedra y centralidad en el dictado de clases. Así como en la vulneración de sus derechos, emergiendo la figura de los docentes "Uber" (Andrade en Bottinelli y Pini, 2017).

Las herramientas de análisis de discurso de las que nos valemos buscan reconocer las marcas del enunciador, visibilizar su destinatario, inserto en qué modelo cultural, y qué acciones persigue su estrategia discursiva. Para eso, en principio utilizamos las categorías de análisis de Abric (2001), quien entiende que toda representación social es una visión del mundo que el individuo *usa para actuar o tomar posición*. Pero esa acción estará determinada por la *significación*, que en la representación se da por el *contexto discursivo* (condición de producción, situación y target) y por un *contexto social e ideológico* en el que se enmarca a ese sujeto dentro del discurso. El autor define estas representaciones como *guías para la acción*, por eso su eficiencia, ya que tienen la función del saber, la afirmación identitaria, orientar prácticas y justificar comportamientos y posturas de los sujetos (Abric, 2001). Para comprender el marco ideológico desde el que se posiciona el corpus de textos, identificamos lo que el autor llama su *núcleo central* (menos evidente, de potencia cualitativa), que es el gran organizador del discurso. Atendemos, también, a los *núcleos periféricos*, aquellos que permiten la apropiación del discurso por parte de cada sujeto, y no hacen a la idea central, de allí que los núcleos periféricos sean el real transporte de la concreción de esas representaciones.

Para abordar el target objetivo, así como aquello que omite, tomaremos de Benveniste (1997) y de Filinich (1998) sus herramientas de análisis del

¹² Dentro de la creación de estas escuelas charter, el mercado de la educación genera una categoría específica de escuelas homogeneizadas alrededor del mundo, las *low fit private school* (Camila Croso, 2017). Infobae: <https://www.infobae.com/educacion/2022/06/05/la-escuela-que-apuesta-a-la-tecnologia-para-capacitar-a-sus-docentes-y-acompanar-a-los-estudiantes/>

ethos discursivo. Sus aportes nos permiten develar el origen del interlocutor y destinatario del discurso. En su *teoría de la enunciación*, Benveniste plantea que el lenguaje siempre implica un sujeto. Y con un sujeto que, explícita o implícitamente instauro a otro, de allí que conciba el discurso como un juego dialéctico. Filinich (1998), por su parte, plantea que toda enunciación construye una *imagen del enunciatario*, creada por las estrategias del enunciado mismo.

Tomando en cuenta el medio para que el fueron escritos (audiovisual), su audiencia y su objetivo (atraer, despertar interés a su público), creemos que la noción de *géneros discursivos* de Bajtín (1982) nos aporta una dimensión más cabal del interlocutor. Ello se debe a que Bajtin identifica que todo análisis del discurso forma parte de prácticas sociales en esferas institucionalizadas con su propio repertorio de *géneros*, que delimitan la forma de ese discurso a través de su *tema, estructura y estilo*.

En cuanto al análisis léxico gramatical, tomamos la noción de *alfabetización crítica* de James Paul Gee (2009). El autor cree que en el uso de ciertas palabras emerge un tipo particular de interlocutor. Él propone una "especie de análisis de discurso" (p. 123) anclado en los *usos léxicos y sintácticos* de las palabras ya que en ellos se pueden identificar lo que denomina un *lenguaje social; a través de su significado situado; un tipo de modelo cultural desde donde extrae esas palabras y con qué otros Discursos circulantes se relaciona*. Aplicamos esta herramienta no sólo a las palabras *dichas* de los textos, sino a aquellas del material visual escrito, que en la pieza audiovisual de *Seguimos Educando* cobra especial relevancia para el análisis.

4. Análisis de los textos

Para iniciar el análisis de los textos de ambas propuestas educativas, primero nos interesa situarlos en cuanto a su género. A través de su *tema, estructura y estilo*, y al estar situados al inicio del ciclo (en el caso de *Seguimos Educando*), o como pieza promocional (en el caso de *Tic Más*), comprendemos que se enmarcan dentro de un tipo de discurso que se asemeja al lenguaje *publicitario*. Desde su género (pieza promocional, o apertura de programa), ambas piezas tienen como objetivo atraer la atención de su público. *Seguimos Educando* ubica el texto al inicio del ciclo como una estrategia de persuasión de la audiencia a la que busca retener para su completo visionado. *Tic más* se dirige a posibles inversores que encuentren en sus servicios una cantidad de razones para contratar a la empresa. Las claves del lenguaje del discurso publicitario están en la posibilidad de darle al producto una *narrativa*. Peter Guber, en su libro *Storytelling para el éxito* (2011), crea un slogan muy didáctico: "Si no hay relato, no hay negocio"(p. 9). El autor construye la idea de la potencia del "storytelling del producto" a partir de su experiencia como ejecutivo de Hollywood, explica que cuando los oyentes de una conferencia se enteran de que sigue una historia (en lugar de un aluvión de datos), suelen darle la bienvenida al discurso que lo precede. Las audiencias así se predisponen, centran rápidamente su atención y se concentran en el narrador. Para ello, el autor sugiere algunas características que den forma a ese texto. Primero tiene que contener aspectos narrativos, con un disparador, un desarrollo y algún tipo de desenlace. Sumado a eso, debe además contener **un propósito** que invite a la audiencia a querer sumarse a ella. Nos proponemos a continuación leer los textos desde ese lente.

4.1 Tic Más (extractos, elementos de interés marcados en negrita)

Te presentamos Tic más.

***una experiencia educativa integral. simple,
flexible y divertida para la era digital.***

***Ticmas acompaña a estudiantes, docentes e
instituciones educativas en la transformación
digital, brindando herramientas innovadoras de
aprendizaje, contenidos y capacitación.***

(...)

*En tic más, queremos ayudarte a potenciar la
excelencia académica de tu escuela, **gestionar la
transformación digital y lograr un aprendizaje
significativo para tus estudiantes.** Descubre más
en ticmás.com, y **avancemos juntos hacia el
futuro de la educación.***

Tic más, avancemos.

En el caso de *Tic más*, notamos que el texto está articulado a partir de una serie de prestaciones que ofrece la empresa, pero atravesado transversalmente por una idea que estructura su presentación, y tiene que ver con la *transformación digital* como estrategia discursiva que le permite arribar finalmente a la conclusión del texto, que conforma el slogan de la empresa: "Tic más, avancemos". En cuanto al propósito al que invita a "sumarse" a la audiencia, creemos que el texto sugiere que con su herramienta la educación se acerca más **al mundo del futuro**, donde la digitalización de la educación se presenta como inevitable (desde ese lugar entendemos el porqué del término *transformación digital*).

4.2 Seguimos Educando (texto completo, elementos de interés marcados en negrita)

Una pregunta para ampliar la mirada.

Diálogos entre disciplinas **para descubrir el mundo.**

Con vos que estás ahí,

en tu casa,

en las aulas.

Con los y las docentes.

Nuevas formas de conocer,

otros modos de aprender.

Seguimos Educando.

En términos narrativos, el texto de Seguimos Educando construye un discurso que intenta adelantar qué va a encontrar el destinatario en el ciclo. *Dos docentes, una pregunta.* Un tipo de narración con un disparador contundente ("Una pregunta para ampliar la mirada"). Un breve desarrollo, y una conclusión, que es a la vez el título del ciclo. En cuanto al *propósito* al que busca invitar a la audiencia, el texto plantea cómo el programa, a través de "nuevas formas de conocer", amplía la mirada de su televidente lo que le permitirá "descubrir mundos" con "otros modos de aprender". Estos extractos los entendemos como causas o propósitos porque nadie puede dar garantía de que eso le llegue a pasar a la audiencia, por eso es más una promesa diseñada a partir de palabras atractivas, seleccionadas por su potencial poético. Otro aspecto que nos ayuda a situar a ambos textos dentro del discurso publicitario tiene que ver con la extensión de los párrafos, ya que este tipo de discurso cuando toma forma en un género específico imagina a una audiencia sobre estimulada, en un marco donde los textos entran en competencia con muchos otros, que la audiencia también está tentada a elegir. De ahí que la búsqueda de la brevedad haga

que en poco tiempo el texto pueda explicitar el contenido que tiene para ofrecer y de este modo la audiencia elija fijar la atención en el producto en cuestión.

En términos de *sujeto discursivo* (Benveniste, 1997), ambas piezas construyen una audiencia informal, cercana. A través de palabras como “te presentamos” o “con vos que estás ahí”, el discurso se desarrolla desde un lugar institucional hacia una audiencia que busca ser representada en un vínculo más íntimo. Ejemplificamos, a continuación:

Tic más	Seguimos Educando
<p>Te presentamos Tic más. una experiencia educativa integral. simple, flexible y divertida para la era digital.</p> <p><u>Ticmas acompaña</u> a estudiantes, docentes e instituciones educativas en la transformación digital, (...)</p> <p><u>Contamos con miles de recursos y secuencias</u> didácticas originales con explicaciones, ejercicios, (...)</p> <p><u>Sumamos módulos específicos</u> que atienden los desafíos de hoy y las competencias necesarias para el futuro. (...)</p> <p>En tic más, <u>queremos ayudarte a potenciar</u> la excelencia académica de tu escuela, gestionar la transformación digital y lograr un aprendizaje significativo para tus estudiantes.</p>	<p>(...)</p> <p><u>Con vos que estás</u> ahí, en tu casa, en las aulas.</p> <p><u>Con los y las docentes.</u></p> <p>Nuevas formas de conocer, otros modos de aprender.</p> <p><u>Seguimos</u> Educando.</p>

<p>Descubre más en ticmás.com, y <u>avancemos juntos</u> hacia el futuro de la educación.</p> <p>Tic más, <u>avancemos.</u></p>	
--	--

Por otro lado, seleccionamos en el cuadro anterior algunas palabras subrayadas que a través de sus *deícticos* (Benveniste, 1997) nos presentan una relación discursiva organizada del siguiente modo: "*nosotros - vos - nosotros (todos)*". Los textos parten del *Nosotros equipo* (Ej: **sumamos; contamos // Seguimos**), hacia *vos individuo* (Ej: **Te presentamos // Con vos**). Para concluir en *nosotros todos* (Ej: **avancemos // con vos que estás ahí, con los y las docentes (...)** Seguimos educando). Los textos, así, parten de un *grupo* a un *sujeto individual* para luego construir un *todos juntos*. Este juego de lenguaje también lo leemos en clave de estrategia publicitaria, a modo de otorgarle un *propósito* al texto que invite a una acción de su audiencia (a participar, ser parte de la gesta), típico del discurso de marketing, tanto como de la retórica política.

Un aspecto interesante también es que la pieza de Seguimos Educando está escrita en *español rioplatense*, mientras que la de Tic más está en *español neutro*. Eso sitúa a un texto pensado para la audiencia local, mientras que el otro busca una audiencia regional que en su estilo englobe las distintas modalidades del español en una sola pieza.

En cuanto a qué marco ideológico sobre la educación suscriben ambos textos, desde el análisis de representación social de Abric (2001) creemos que existen palabras puntuales que nos dan pistas para su análisis. El caso de Tic más contiene un *núcleo central* en el texto, que vincula a la tecnologización de la educación como inevitable y positiva (ej: **transformación digital; herramientas innovadoras; avancemos juntos hacia el futuro**). El tipo de uso de palabras busca así invisibilizar las tensiones que la tecnología genera dentro del campo educativo, al

presentarla contundentemente como una mejora. Este modelo educativo tecnológico se expone sin contexto e igual para todos. Les da valor a los resultados educativos en términos de métrica y seguimiento¹³. Y piensa un tipo de formación orientado a las "competencias del SXXI"¹⁴. Estos aspectos están estrechamente vinculados con los discursos neoliberales de la educación, como hemos explicitado en este escrito. En contraste, el texto de *Seguimos Educando* pone en primer plano la figura de los y las docentes (ej: **con vos que estás ahí, con los y las docentes**), y con el rol del Estado y la escuela en una función social clara y permanente. Hay que situar la producción del ciclo en un contexto de escuelas cerradas por la pandemia, que así persigue informar cómo el Estado busca garantizar la continuidad pedagógica. El "seguimos educando" se posiciona como respuesta a discursos que buscaban instalar la idea de que les chiques con la pandemia perdían escolaridad.

En cuanto a los *núcleos periféricos del discurso*, ambos textos quieren presentar al conocimiento como algo divertido, cercano, curioso y en algún punto herramental: para *Tic más* el conocimiento es una **aventura fascinante**, para *Seguimos Educando* es **un nuevo modo de descubrir el mundo**.

Los dos textos se posicionan como un modelo "nuevo", y se asimila nuevo con mejor, por lo que se sobreentiende que hay una crítica a la escuela de hoy como "antigua".

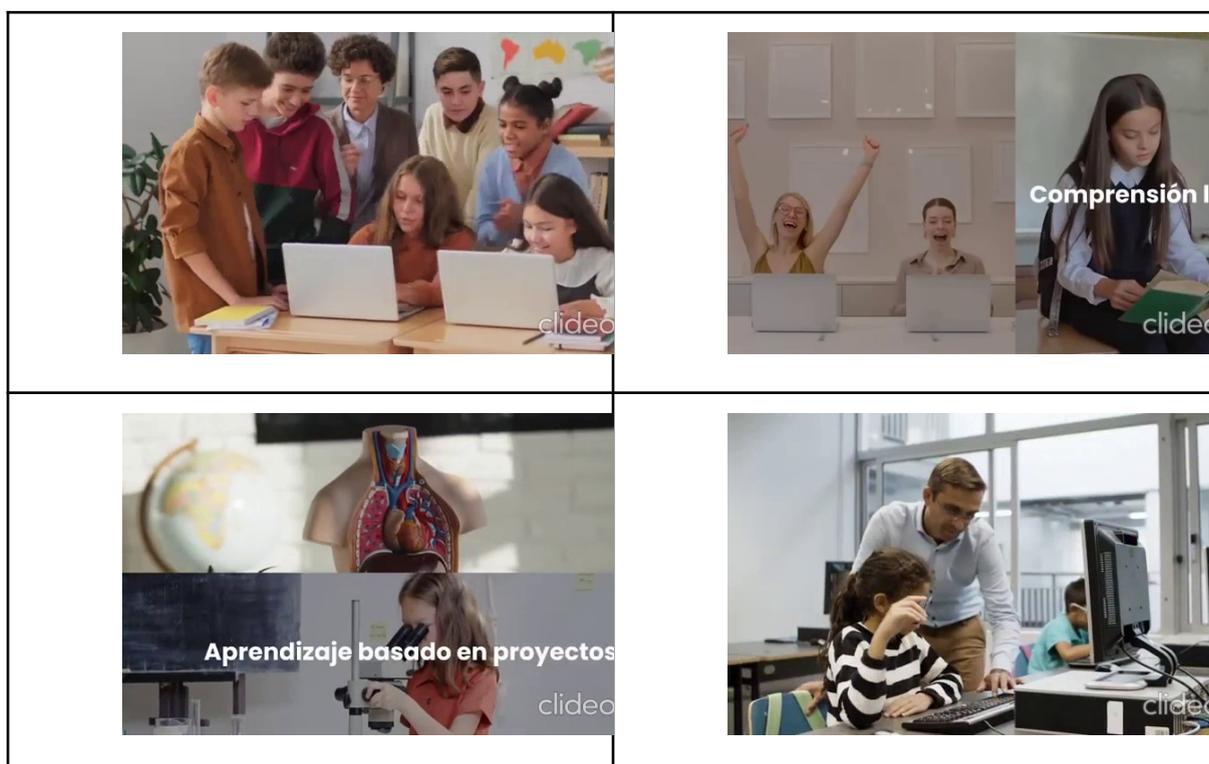
En cuanto a su perfil especializado, *Tic más* utiliza términos específicos que provienen de las ciencias de la educación (ej: **diversidad de intereses, tiempos de aprendizaje**) como un modo de comunicar que su propuesta está inserta en los debates actuales de los especialistas. Para continuar con esta línea de estudio, creemos que un análisis multimodal nos brinda más información al respecto.

¹³ Ver Anexo

¹⁴ Ver Anexo

Abordamos las imágenes como tipos de textos, y notamos que las fotos del spot de *Tic más* configuran una representación de infancias y docentes descontextualizados de su país de origen, en consonancia con el uso neutro del español.

4.3 Capturas de video de spot Tic mas



De ahí esta idea, una vez más, de representar un modelo educativo ahistórico y descontextualizado.

A su vez, en coherencia con su mirada celebratoria de los beneficios de las tecnologías digitales, la pieza está locutada con una voz que se escucha profesional, pero está realizada con un software de voz de inteligencia artificial, que hoy es de libre acceso.¹⁵

15

<https://www.enter.co/chips-bits/apps-software/escucha-a-la-inteligencia-artificial-de-google-crear-vozes-realistas/>

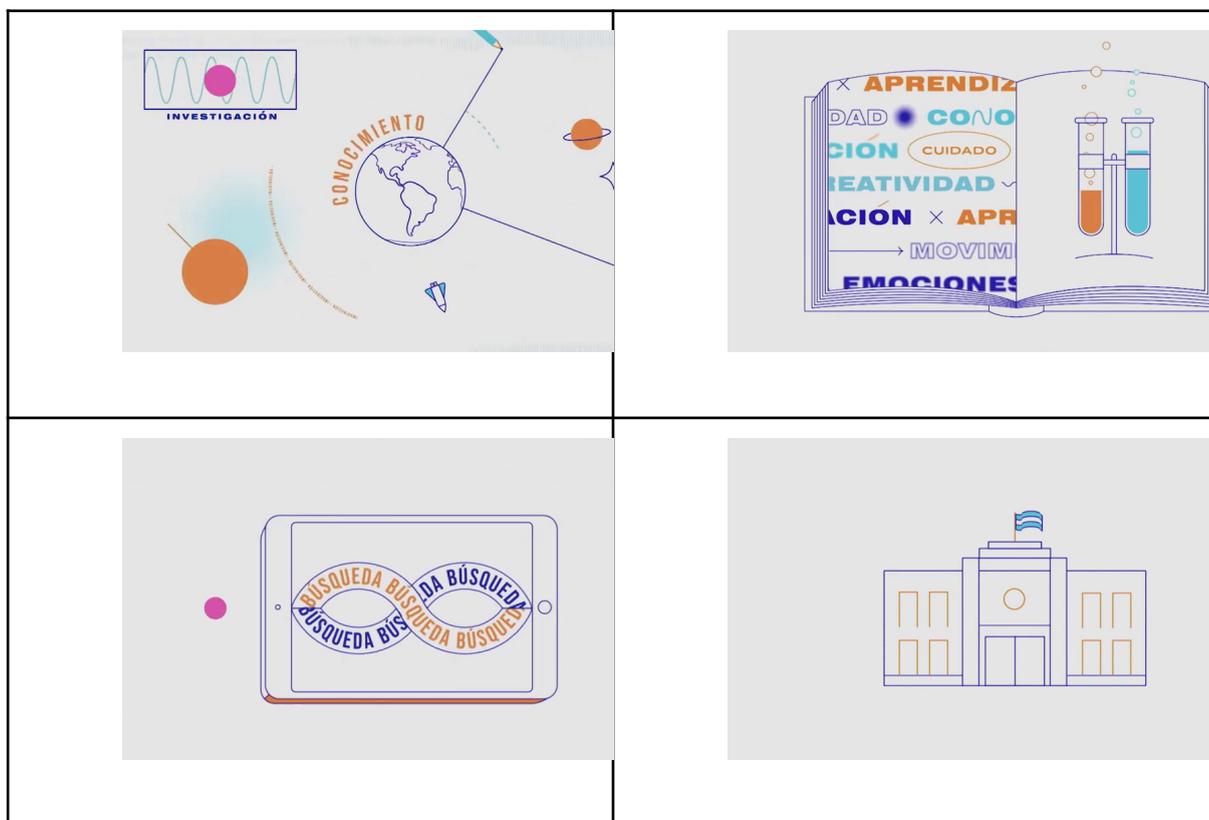
Por su parte, a través del diseño gráfico de la apertura de *Seguimos educando* podemos inferir su perspectiva ideológica y pedagógica desde las que se toma la palabra.

4.4 Capturas de video de gráfica de spot "Seguimos Educando"



En las placas de gráfica a modo de "barridas" se leen palabras clave sobre la educación (podría pensarse que estas forman parte de su manifiesto). Palabras como: *diversidad, crítica, ciudadanía, movimiento, respeto*. Entendemos estas palabras como insertas en un modelo cultural del lenguaje situado (Gee, 2009), que en contraposición con el modelo de *Tic más*, imagina una población específica que trabaja entre pares y construye ciudadanía en conciencia de sus derechos.

4.5 Capturas de video de gráfica de spot "Seguimos Educando"



En cuanto a los íconos gráficos, la apertura presenta dibujos de computadoras, laboratorios, así como libros, ojos, planetas, lápices y escuela tipo palacio. Es decir, en esa distribución entre tecnología y objetos corpóreos y situados, el spot comunica que la escuela se piensa en un sistema mixto que no niega la tecnología pero la aborda desde la institución escolar y en convivencia con otras experiencias didácticas que por antiguas no considera descartables.

5. Conclusiones/ Conclusão

A lo largo de este trabajo nos propusimos desarrollar cómo la educación a nivel mundial, y particularmente en Latinoamérica, se encuentra tensionada por las lógicas de mercado en su etapa a la que

denominamos el *neoliberalismo tardío*, un tipo de instancia del capitalismo aliada a los procesos de globalización que imaginan un mundo sin fronteras y de algún modo sin Estados Nación, que asemejan el fluir de los datos en la cultura digital con el fluir de las personas y de este modo proyecta un tipo de habitante del globo sin identidad ni origen. También intentamos cruzar ese fenómeno en relación con los discursos de modernización de la escuela, según los cuales es el mercado quien debe llevar adelante ese proceso de cambio desde una perspectiva particular de modernización; con un tipo de escuela homogeneizada, que persiga más resultados que atención a los procesos. Desde ese contexto general, nos pareció interesante poner foco sobre qué discursos dieron sustento a los textos de las estrategias de educación virtual durante la pandemia, entendiendo que la pandemia del covid 19 fue para todos los países un evento inusual que supo poner en duda muchas certezas. Y cómo desde esa impensada coyuntura se pudieran haber generado oportunidades para filtrar esos cambios estructurales tan demandados en nuestra región. Creemos que los dos textos elegidos, explícitamente y en espejo, reflejan las tensiones del mercado, y demuestran su contundente vigencia.

Sin desmerecer los intereses en juego, un último aspecto que queremos marcar es cómo ambas piezas deciden presentarse de algún modo como innovaciones frente a "la escuela". Pero en este contexto donde lo que está en juego es en manos de quiénes cae el destino de la educación, nos parece importante seguir indagando en formas inteligentes de plantear debates en la esfera pública. Aceptando los reclamos frente a la escuela que tenemos, que los hay y muchos, pero buscando revelar desde dónde se habla y para conseguir qué tipo de escuela, en qué modelo de sociedad.

En tiempos tumultuosos y con pocas certezas de futuro, donde parece que sólo tienen relevancia los discursos incendiarios y descubrimos que cuando uno grita y muchos escuchan. En una etapa en la que, ante la creciente propagación de discursos de odio, favorecidos por un nuevo sistema de medios, encuentran en la democratización de la palabra una oportunidad

para instalar propuestas destructivas, creemos relevante seguir pensando herramientas de reflexión que colaboren a encontrar la oportunidad de generar modos de innovación liderados desde una perspectiva progresista, algo que consideramos tan desafiante como necesario.

Referencias bibliográficas / Referências bibliográficas

- Abric, Jean Claude (2001) *Prácticas sociales y representaciones*. México, Cultura Libre
- Aronskind, Ricardo Puigrós, Adriana Andrade, Dalila, otros (2017) *Viejas y nuevas formas de la mercantilización de la educación*. CTERA, Buenos Aires, Argentina.
- Bajtin, Mijail (1982) *El problema de los géneros discursivos*. México, Siglo Veintiuno Editores
- Benveniste, Émile (1997) *De la subjetividad en el lenguaje*. México, Siglo Veintiuno Editores
- Cambours de Donini, Ana María y Pini, Mónica (2017). *Tiempos de incertidumbre para la educación en América Latina*, Ed. Flacso, Buenos Aires.
- Da Porta, Eva y Cianci, María (2016) *Mediatización de los procesos de privatización de y en la educación en América Latina y el Caribe; un estudio de los discursos mediáticos*. Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba
- De Luca, Natalia y Godoy, Lucía (2018) *Más que palabras: Análisis del discurso multimodal*, Prov de Bs As, UNM Editora
- Filinich, María Isabel (1998) *Enunciación*. Buenos Aires, Eudeba

- Gee, J.P (2009). Discurso y Educación, Pini, Mónica (comp.), *La alfabetización Crítica como Análisis crítico del Discurso (pp. 123 - 138)*. San Martín, Unsam Edita
- Guber, Peter (2011) *Storytelling para el éxito*. Ed. Urano, Barcelona
- Pini, M. E. (2003). *Escuelas charter y empresas: un discurso que vende*. Buenos Aires, Miño y Dávila Editores.

Sitios de referencia:

- *Informe Preliminar - Políticas educativas en el contexto internacional. Continuidad pedagógica en el marco del aislamiento del Covid-19* (Ministerio de Educación de la Nación, 2020)
- <https://www.infobae.com/educacion/2022/06/05/la-escuela-que-apu-esta-a-la-tecnologia-para-capacitar-a-sus-docentes-y-acompanar-a-los-estudiantes/>
- <https://www.enter.co/chips-bits/apps-software/escucha-a-la-inteligencia-artificial-de-google-crear-voces-realistas/>
- <https://www.telam.com.ar/notas/201702/181049-vidal-anuncio-que-convocara-voluntarios-si-el-paro-docente-se-concreta.html>
- <https://infocielo.com/gremios/el-gobierno-restablecio-la-paritaria-nacional-docente-y-convoco-los-gremios-la-semana-proxima-n114330>
- *Animales sueltos* (2012 - actualidad), Jotax Producciones. Canal América Tv.
- Animales sueltos, 06 de Marzo de 2017:
- <https://www.youtube.com/watch?v=Kp7jxWUmykc>

Anexo

Corpus de análisis

Spot Tic mas

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=J6e5jsMkBQk>

(este enlace no lleva al spot, sino a un día de la Feria del Libro; de todos modos, el video se halla fácilmente en YouTube, titulado "¿Qué es Ticmás?")

Texto

Te presentamos Tic más.

una experiencia educativa integral. simple, flexible y divertida para la era digital.

Ticmas acompaña a estudiantes, docentes e instituciones educativas en la transformación digital, brindando herramientas innovadoras de aprendizaje, contenidos y capacitación.

Mediante una plataforma de navegación simple e intuitiva, disponible en todos los dispositivos, los docentes pueden crear clases a la medida de cada estudiante respetando la diversidad de intereses y ritmos de aprendizaje.

Contamos con miles de recursos y secuencias didácticas originales con explicaciones, ejercicios, infografías, actividades y videos que estimulan la curiosidad y convierten el conocimiento en una aventura fascinante.

Sumamos módulos específicos que atienden los desafíos de hoy y las competencias necesarias para el futuro.

Contenido curricular, aprendizaje basado en proyectos

Robótica, programación, habilidades del SXXI, comprensión lectora y educación religiosa

Generamos métricas e información detallada al instante, que permite un seguimiento personalizado de cada clase y de cada estudiante.

Aseguramos funcionalidad off line, para descargar contenidos y continuar con el aprendizaje desde cualquier lugar.

Y además brindamos Programas de mentorías, formación, capacitación y acompañamiento a los docente.

En tic más, queremos ayudarte a potenciar la excelencia académica de tu escuela, gestionar la transformación digital y lograr un aprendizaje significativo para tus estudiantes. Descubre más en ticmás.com, y avancemos juntos hacia el futuro de la educación.

Tic más, avancemos.

Spot Seguimos Educando - Secundaria Orientada

link: <https://www.youtube.com/watch?v=AnMggn9CQIE>

Texto

Una pregunta para ampliar la mirada.

Diálogos entre disciplinas para descubrir el mundo.

Con vos que estás ahí,

en tu casa,

en las aulas.

Con los y las docentes.

Nuevas formas de conocer,
otros modos de aprender.

Seguimos Educando.

Fecha de recepción: xxx de xxx de xxx

Fecha de aceptación: xxx de xxx de xxx



Revista Educación, Política y Sociedad (ISSN 2445-4109) está distribuida bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)