



**VOL.27, Nº 1 (Marzo, 2023)**

ISSN 1138-414X, ISSNe 1989-6395

DOI:10.30827/profesorado.v27i1.24644

Fecha de recepción: 17/11/2021

Fecha de aceptación: 28/09/2022

## **CAPITALISMO DE PLATAFORMAS, CORPORACIONES Y FILANTROPÍA EN LA NUEVA ESCUELA MEXICANA ONLINE**

*Platform capitalism, corporations and philanthropy in Nueva Escuela Mexicana online*



**Mauro Rafael Jarquín Ramírez**

*Universidad Nacional Autónoma de México*

E-mail: [jarquinmauro@gmail.com](mailto:jarquinmauro@gmail.com)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0496-091X>

### **Resumen**

Un efecto de la pandemia en los sistemas educativos a nivel global ha sido el incremento en el uso de tecnología digital para mantener la continuidad de las actividades educativas, ahora a distancia. En este proceso ha resultado crucial la expansión de las corporaciones digitales GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) en el ámbito educativo al proveer software y hardware a escuelas, estudiantes, docentes y familias. La intervención de dichas empresas se ha facilitado gracias a acuerdos y coaliciones con actores públicos y del tercer sector, los cuales han habilitado la posibilidad de que la incorporación tecnológica digital en el sector educativo encuentre en el sector privado un gran protagonista. Gracias a dichos acuerdos, Google ha logrado posicionarse como un actor clave en la Industria Educativa Global (IED) al ampliar la cantidad de usuarios en sus plataformas y generar alianzas estratégicas con gobiernos. En este artículo se analiza la relación entre la Nueva Escuela Mexicana (NEM) y Google for Education a la luz de la experiencia internacional de expansión corporativa en educación.

Se discute también el paulatino avance de la corporación en la educación nacional, así como su intervención directa en la educación pública a la luz del cierre escolar derivado de la pandemia. Se considera, además, la importancia de otras corporaciones globales y de organizaciones filantrópicas en la consolidación de una serie de propuestas educativas que buscan fomentar el uso de plataformas digitales y una cultura EdTech en el sistema educativo nacional.

*Palabras clave:* Google for Education; capitalismo de plataformas; pandemia; Nueva Escuela Mexicana; filantropía

### **Abstract:**

One effect of the pandemic on education systems globally has been the increased use of digital technology to maintain the continuity of educational activities, now at a distance. Crucial in this process has been the expansion of digital corporations GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple and Microsoft) in the educational field by providing software and hardware to schools, students, teachers and families. The intervention of these companies has been facilitated by agreements and coalitions with public and third sector actors, which have made it possible for the private sector to play a major role in the incorporation of digital technology in the education sector. Thanks to these agreements, Google has managed to position itself as a key player in the Global Education Industry (GIE) by expanding the number of users on its platforms and generating strategic alliances with governments. This article analyzes the relationship between the Nueva Escuela Mexicana (NEM) and Google for Education in light of the international experience of corporate expansion in education. It also discusses the gradual advance of the corporation in national education, as well as its direct intervention in public education in light of the school closures resulting from the pandemic. It also considers the importance of other global corporations and philanthropic organizations in the consolidation of a series of educational proposals that seek to promote the use of digital platforms and an EdTech culture in the national education system.

*Keywords:* Google for Education; platform capitalism; pandemics; Nueva Escuela Mexicana; philanthropy

## **1. Introducción**

En octubre de 2021, se llevó a cabo en México el E-tech Evolving Education 2021, un encuentro de tecnología educativa (EdTech) promovido por actores clave de la Industria Educativa Global (IEG). En un panel destinado a discutir la educación en el siglo XXI, la representante de Google for Education apuntó la pertinencia de que los estudiantes desarrollaran habilidades blandas “desde educación básica, para que en el mundo laboral tengan esto mucho más desarrollado”. Para lograrlo, resultaba muy importante la colaboración público-privada en “armar el modelo educativo que viene” (E-Tech Evolving Education, 2021) lo cual ya había sucedido en el país como efecto de la pandemia.

Con el fin de hacer frente al cierre escolar, Google for Education y el gobierno federal crearon una alianza para desarrollar la Estrategia Nacional de Educación a Distancia, dando vida así a la Nueva Escuela Mexicana online. Esto significó una identificación clara entre la agenda de empresas tecnológicas globales, organizaciones filantrópicas y proveedores de servicios y el proyecto educativo nacional de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). De esta forma, México se integraba a la tendencia internacional de comercialización educativa, dada la expansión corporativa en el sector (Williamson y

Hogan, 2020).

## 2.- Revolución educativa en pandemia: capitalismo de plataformas y EdTech

Los sistemas educativos han estado históricamente imbricados al funcionamiento y cambios de la economía, los cuales han impactado en distintos ámbitos como el desarrollo curricular, las prácticas docentes y la concepción misma de la escuela (Spring, 2015) (Bonilla, 2021). Así, el desarrollo de las fuerzas productivas en el ámbito digital también produce efectos en los procesos educativos formales en todo el mundo, gracias a la incorporación paulatina de tecnologías educativas en las escuelas y con ello, a la configuración de nuevas prácticas en la enseñanza, el aprendizaje y la gestión.

La pandemia de Sars CoV-2 ha profundizado tendencias presentes de reconversión industrial en la economía internacional desde hace algunas décadas, y con ello también ha abierto una oportunidad para que actores vinculados al sector privado intervengan en la manera en cómo se piensa y se practica la educación en el mundo. Un efecto particular de esto ha sido la normalización del uso de plataformas digitales y otras herramientas EdTech en el sector educativo público, y con ello, la expansión de un modelo de negocios propio del capitalismo del siglo XXI a nuevas áreas de valorización.

Dado que la crisis sanitaria ha desarrollado una mayor dependencia de la economía respecto al uso de datos, internet y tecnologías de la información, ha terminado por fortalecer el posicionamiento hegemónico del capitalismo digital en la economía global (Saura, 2020). La economía digital se presenta como resultado de una prolongada caída de la rentabilidad en la producción manufacturera, ahora agravada por la pandemia (UNCTAD, 2020). Dicho escenario provocó que el capitalismo encontrara en los datos la posibilidad de mantener el crecimiento económico (Srnicek, 2018). Una muestra de ello es el desempeño que GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) las gigantes tecnológicas de Silicon Valley, han mostrado a la luz de la crisis sanitaria. Según un reporte de Statista (2021) las principales empresas de base tecnológica registraron un incremento considerable en sus ingresos durante el año 2020, con relación a 2019: 10% para Apple; 13% para Alphabet; 18% para Microsoft; 22% para Facebook y casi 40% para Amazon. Los beneficios económicos que GAFAM ha recibido, se han aparejado con iniciativas agresivas de expansión que buscan consolidar su dominio de mercado y aprovechar las oportunidades económicas abiertas por la disrupción económica (Griffin, 2020). En esta tendencia de rentabilidad se enmarca la expansión de las plataformas en distintos ámbitos de la vida social, como en los sistemas educativos de distintas partes del mundo, particularmente en la colaboración con ministerios de educación en el desarrollo de proyectos educativos y la provisión de software.

Ya que el modelo de consumo impulsado por GAFAM requiere de un acceso a internet cada vez mayor, la pandemia ha favorecido la incursión de dichas empresas en la inversión en conectividad e infraestructura digital, ya sea mediante asociaciones o a

través de infraestructura propia. En el caso de Facebook, esto se muestra en los proyectos denominados Free Basics, Rural Access, Express Wi-Fi, entre otros, desarrollados en los últimos años en la región latinoamericana; por su parte, Google anunció recientemente que su servicio Google Wifi se encontraba ya disponible en México. Las *big five* han logrado aprovechar su grandes flujos de financiamiento, la concentración de mercado, la ausencia de regulaciones efectivas y su estrecha colaboración con gobiernos para hacer de la pandemia una gran oportunidad de mayor consolidación en distintos mercados mediante la expansión en el uso de su principal modelo de negocios: las plataformas.

Srniczek (2018) (2017) explica que las plataformas son infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen; al mismo tiempo, son mecanismos que monitorean y extraen las interacciones de los usuarios, con lo cual generan datos. No obstante, el autor nos recuerda que dichas plataformas no solo acceden a los datos, sino también ejercen control y gobierno sobre las reglas del juego, por lo cual no son espacios “apolíticos”. Las plataformas conllevan una vocación monopólica, derivada de que “a mayor cantidad de usuarios que interactúan en una plataforma, más válida se vuelve para cada uno de ellos toda la plataforma” (Srniczek, 2018, p. 88). Tales infraestructuras llevan en su seno lo que constituye una característica central del capitalismo del siglo XXI: la extracción y el uso de datos en tanto materia prima, los cuales se obtienen a partir de las actividades de los usuarios (Srniczek, 2018).

El avance del capitalismo de plataformas en educación ha impulsado un ethos propio. Este está influido por una concepción del mundo engendrada en Silicon Valley en la cual el binomio tecnología-educación (y con ello una educación adaptada a determinado uso de determinadas tecnologías) se muestra como el mejor camino hacia la resolución de los problemas de la sociedad y el medio ambiente. En este esquema, persiste una lógica de presión individual originada en la necesidad de innovar continuamente en sí mismo. Esta particular producción de capital humano requiere la formación de individuos dentro de un modo de vida particular, con ciertas prácticas tecnológicas, inclinaciones políticas y un continuo compromiso de auto-optimización específico (Williamson, 2017).

La pandemia creó escenarios diferenciados en los cuales los gobiernos tuvieron que hacer frente al cierre generalizado de escuelas; mientras algunos aprovecharon infraestructura tecnológica preexistente para llevar a cabo estrategias de aprendizaje remoto, la mayoría -entre los que se encontró el mexicano- tuvo que actuar sin ella (Muñoz-Najar; Gilberto; Hasan; Cobo; Azevedo & Akmal, 2021). Más allá de las capacidades en infraestructura de los gobiernos, la pandemia dio paso a un uso masivo de plataformas de aprendizaje que ofrecieran su apoyo a la continuidad educativa, ya fueran comerciales, como Blackboard o de código abierto como Moodle o Canvas. GAFAM resultó fundamental en este proceso, ofreciendo a gobiernos, con éxito, productos educativos como Google Classroom y Microsoft Teams, con lo cual ha incrementado la cantidad de usuarios en sus plataformas, y logrado un mayor acceso a información relevante de los sistemas educativos, lo cual permite mejorar dichos productos. La difusión de su oferta

educativa ha respondido al respaldo recibido por organizaciones públicas, privadas y del tercer sector, entre quienes destacan actores multilaterales como la OCDE, el Banco Mundial y la UNESCO, impulsores de coaliciones “multisectoriales” público-privadas que allanan el camino hacia la incorporación de EdTech de origen privado en la educación pública (Williamson y Hogan, 2020) tal como la Coalición Mundial para la Educación (Saura, 2020) (Williamson, Eynon & Potter, 2020).

Debe reconocerse que, tal como explica Worlock (2017) desde hace ya algunos años las grandes tecnológicas se habían incorporado a las actividades del mercado educativo, compitiendo con empresas como McGraw-Hill o Pearson. Su portafolio de negocios en el sector es amplio: productos hardware (Chromebooks, Mac, Kindle, tablets); de gestión del salón de clase (Google Classroom, Summit Personalized Learning Platform, Classroom); herramientas de productividad (MS Office, Skype, G-Suite/Workspace for Education); de contenido curricular (Google Play for Education, TenMarks) y de desarrollo profesional (Training Center, Microsoft Innovative Educator). La misma autora explica que el deseo de Google, Apple y Microsoft es crear ecosistemas educativos completos (Worlock, 2017) los cuales faciliten la adopción de su portafolio de productos por parte de autoridades educativas y escuelas.

No obstante la existencia de potentes iniciativas de mercado en la educación previo a la emergencia sanitaria, Patrick Brothers, directivo de Qolon IQ, considera que la pandemia hizo de la inversión en tecnología educativa algo mucho más atractivo y convencional para los inversores (Koenig, 2020) dada la gran demanda de insumos para el aprendizaje remoto. Esto se muestra en el crecimiento que algunas plataformas tuvieron por el cierre escolar a nivel global -como Microsoft Teams y Google Classroom- las cuales han coincidido en la tarea de dar continuidad a la educación, junto a plataformas propias desarrolladas por algunos ministerios de educación (Li; Lalani, 2021).

El boom tecnológico en educación impulsado por la pandemia, también ha terminado por consolidar en el ámbito global la permanencia de un EdTech Speak (Selwyn, 2015); es decir, una construcción discursiva en la cual nociones como “habilidades del siglo XXI”, “disrupción” en el campo educativo, “cuarta revolución industrial” y el avance de la idea de un profesorado en tanto “facilitador” y no como un profesional de la educación, se han convertido en lugares comunes. De esta forma, actores de la industria EdTech han interpretado a la crisis como una oportunidad de negocio, dadas sus potenciales implicaciones respecto a cómo se practicará y percibirá la educación una vez terminada la pandemia (Williamson; Eynon & Potter, 2020). Se considera que la tecnología digital terminará por transformar los sistemas educativos, y que ello representará un nicho de mercado aún más interesante de lo que el sector es actualmente.

El conjunto de aplicaciones ofertadas por la industria EdTech que se usan para producir, manipular, almacenar, comunicar y difundir información (Selwyn, 2011) tiene como propósito apuntalar una *disrupción* en la educación y el aprendizaje; es decir,

“modernizar” a unos sistemas educativos -anquilosados e ineficientes- que, según sus promotores (Iberdrola, s/f) no responden a las necesidades de los tiempos actuales. Las infraestructuras digitales se posicionan en tanto motores generadores de ganancias que funcionan sobre la base de la recopilación, utilizando bases de datos cada vez mayores (Teras, Suoranta, Teräs & Curcher, 2020) por lo cual, según algunos autores, terminan por consolidar el modelo extractivo de negocios del capitalismo de plataformas, a la par que imponen a la generación de capital humano como el resultado más importante de la educación (Williamson; Eynon & Potter, 2020).

Los sistemas de gestión del aprendizaje (SGA) como Blackboard, Moodle, Sakai o Google Classroom, constituyen un paso significativo en la incorporación de tecnología digital en el campo educativo, al influir en las dinámicas grupales de los procesos de enseñanza-aprendizaje e incidir en los patrones de su realización. Pineda y Castañeda (2013) definen los SGA como “una combinación de herramientas basadas en la Web que puede mejorar la experiencia de aprendizaje que se produce en un aula tradicional”; es importante recordar que en la práctica, dichas plataformas condicionan la forma en la cual el profesorado y estudiantes interactúan, por lo cual no pueden ser consideradas como “herramientas neutras”. Díez (2021) plantea que su introducción en las aulas supone un proceso adaptativo de las comunidades escolares a estructuras producidas y diseñadas por corporaciones tecnológicas. Lo anterior puede encontrarse en una característica particular de las plataformas educativas: el entendimiento de los estudiantes en tanto “usuarios” y como tal la descripción de las relaciones entre ellos y el sistema en términos de servicios, consumo, usabilidad y eficiencia (Ramiel, 2017). Esta perspectiva de los estudiantes como usuarios muestra el mayor involucramiento de la industria tecnológica, de Silicon Valley y el neoliberalismo en la educación. Dichas plataformas también tienden a favorecer políticas performáticas, promoviendo testing, control docente, estándares educativos y ránking.

Para algunos autores, la incorporación de plataformas en la educación presenta nuevos retos. Pardo, Waliño-Guerrero y San Martín (2018) consideran que el docente clásico, que antes tenía que someterse al orden pedagógico del libro de texto, ahora se enfrenta a plataformas que tampoco ofrecen oportunidad de ejercer su autonomía profesional. Esto vinculado a que, lo que subyace a esas plataformas es lo que denominan “nuevos sistemas de gestión”, basada en la interoperatividad y en el logro de estándares. De fondo, se busca que mediante la evaluación continua se fortalezca un mecanismo disciplinario de control.

### **3.- Google en la Industria Educativa Global**

A mediados del mes de agosto de 2020, una entrada en el blog de Google (2020) informaba las acciones corporativas tomadas para “impulsar la educación a distancia en América Latina” ante el escenario generado por la pandemia. Explicaba que su

intervención era producto de una colaboración entre la megaempresa y líderes educativos, docentes, padres de familia y ministerios de educación de América Latina. Hacia esa fecha, más de 30 millones de alumnos en Hispanoamérica “se habían beneficiado de los esfuerzos de Google y líderes educativos”; es decir, habían sido dados de alta en las plataformas digitales de la corporación. De la cifra total, México contaba con más de 1 millón de cuentas G Suite for Education para docentes y más de 18 millones para estudiantes, incorporando en todos los Google Classroom y actividades alineadas al currículum. El anuncio de la empresa respecto al incremento en sus actividades educativas en la región es síntoma de la extensión de una concepción de la educación en tanto un sector que está cada vez más globalizado y gestionado por organizaciones privadas (Verger; Lubienski & Steiner-Khamsi, 2016).

La incorporación al sector educativo público de nociones provenientes del mercado, la adopción de tecnología digital privada en el sistema educativo público, la generación de alianzas estratégicas entre las corporaciones y gobiernos y el fomento de prácticas docentes emprendeduristas, ha coadyuvado a apuntalar una serie de tendencias privatizadoras (Ball y Youdell, 2007) en la educación pública. El cada vez mayor protagonismo de la empresa se enmarca en la expansión continua de una poderosa IEG; es decir, un sector comercial que incluye a corporaciones tecnológicas interesadas en el negocio de la educación, escuelas privadas, editoriales, servicios de marketing educativo, servicios de consultoría, servicios de preparación para exámenes, etc. (Verger; Lubienski & Steiner-Khamsi, 2016). Además de Google, otras empresas GAFAM se han posicionado en tanto actores fundamentales en el seno de esa industria, lo cual responde también a la consolidación del capitalismo digital y la presencia de las plataformas en cada vez más esferas de la vida social, incluyendo los procesos educativos. El crecimiento de la IEG ha respondido tanto a las estrategias de expansión de los actores, como al contexto económico en el cual se han realizado sus actividades.

Como parte de sus estrategias de expansión corporativa, quienes integran la IEG se han acercado al profesorado buscando convencerle de las ventajas que la adopción de distintos productos representan para su práctica profesional. Con ello, han buscado que sean los mismos profesores quienes convencen a colegas, directivos y familias, sobre la necesidad de incorporar tecnología -un tipo específico de ideología, de proveedores determinados- a las escuelas, con el fin de mejorar sus procesos de enseñanza y aprendizaje. Con ello vemos el surgimiento de colectivos de docentes que operan en tanto “embajadores de marca” y “microinfluencers” (Saldaña; Welner; Malcolm & Tisch, 2021) esta forma de intervención escolar ha sido desarrollada por Google mediante la creación de una propuesta emprendedora de desarrollo profesional docente (Saura, Díez y Rivera, 2021).

La experiencia estadounidense resulta ilustrativa respecto a la intervención corporativa en educación (Roberts-Mahoney; Means & Garrison, 2016). Singer (2017) (2017) plantea que Silicon Valley busca cambiar la educación del país mediante

intervenciones filantrópicas de diversa índole, con miras a influir en las materias impartidas en las escuelas, en las herramientas del salón de clases elegidas por los docentes e incluso respecto a las perspectivas fundamentales sobre el aprendizaje de los estudiantes. Empresas como Facebook, Netflix, Google o Salesman, han adquirido protagonismo en los procesos educativos locales y distritales mediante algunas iniciativas de intervención escolar, tal como las llevadas a cabo por la Chan-Zuckerberg Initiative con la promoción del “aprendizaje personalizado” y su colaboración con Summit, una cadena de escuelas chárter con sede en California.

En este ámbito, Google resulta fundamental. Desarrollado en el año 2006, Google for Education fue una apuesta corporativa para mejorar la enseñanza y el aprendizaje mediante la incorporación de las herramientas de productividad de Google a las escuelas. Sus servicios educativos han sido denominados de distintas formas, acorde a las innovaciones que le han sido integradas: G Suite for Education, cuyo uso en el mundo se exacerbó a la luz de la pandemia, ahora es Google Workspace for Education, presentado como un conjunto de herramientas que fomentan el aprendizaje, la colaboración y la comunicación escolar.

Tabla 1  
*Herramientas de aprendizaje de Google Workspace for Education Fundamentals*

Función	Herramienta
Permite colaboración de comunidades educativas	- Documentos - Presentaciones - Hojas de cálculo - Drive - Formularios - Jamboard
Aumenta la productividad	- Classroom - Tareas
Comunica con flexibilidad	- Gmail - Meet - Chat
Organiza las tareas	- Keep - Calendario
Seguridad (Protege contra amenazas digitales)	- Administrador

Fuente: Elaboración propia.

La extensión en el uso educativo de las herramientas Google ha permitido la



publicación de estudios respecto a su funcionamiento en distintos niveles académicos y contextos (Saeed & Abdulwahid, 2021) (Jamiludin; Darwanati; W A S Uke & Salim, 2021). En ellos, mediante un análisis centrado en las herramientas por sí mismas, se ha concebido positivamente la pertinencia de su adopción en procesos de enseñanza-aprendizaje. Al respecto, desde una perspectiva socio-política, Krutka; Smiths & Willhelm (2021) consideran que existe una ausencia notable de estudios críticos sobre Google.

El conjunto de herramientas educativas de la empresa han sido presentadas, con éxito, como entidades que tienen la capacidad de apuntalar la libertad del profesorado para dedicar una mayor cantidad de tiempo a “personalizar la experiencia del aprendizaje”, y menos a su administración. Además, busca que, mediante su uso, los estudiantes puedan resolver problemas “propios del siglo XXI”, así como habilidades laborales (Google, s/f).

Fue a partir de 2010 que la empresa potenció su campaña de intervención en la educación básica estadounidense, cuando el estado de Oregon impulsó el uso de Google Apps for Education en las escuelas públicas de todo su territorio. Desde entonces, ha logrado que su oferta tecnológica sea utilizada en cada vez más distritos y planteles escolares, como Chicago, Carolina del Sur, Massachusetts, etc., lo cual no ha estado exento de escándalos por uso indebido de información de usuarios (Kuehn, 2020). La expansión ha sido tal, que Singer (2017) habla de una Googlification de las aulas de clase, mediante la provisión de dispositivos de bajo costo y de aplicaciones educativas gratuitas. Además, apunta que Google impulsa un cambio filosófico en la educación pública al priorizar el entrenamiento de estudiantes en habilidades como trabajo en equipo y resolución de problemas al tiempo de restar énfasis a la enseñanza de conocimiento académico tradicional, como las fórmulas matemáticas.

Según plantean Krutka, Smits y Willhelm (2021), hasta el año 2014, Google minaba datos de estudiantes de manera ilegal en sus cuentas de correo electrónico, de las cuales extraía información personal para obtener ganancias por publicidad. En años recientes, se ha denunciado que la empresa extrae o colecta datos de locaciones físicas, sitios web visitados, términos de búsqueda, videos vistos en Youtube, listas de contacto, grabaciones de voz, etc. (Krutka, Smits & Willhelm, 2021).

Debido a su exitosa estrategia de expansión comercial, y pese a los escándalos mencionados, algunas consultoras internacionales (Worlock, 2017) afirman que Google ha logrado consolidarse como una empresa líder a nivel global en la provisión de hardware (Chromebooks), herramientas de gestión del salón de clase (Google Classroom) y de contenido curricular (Google Play for Education). Lo anterior además de proveer exitosamente un ecosistema educativo integrado para el uso en salones de clase, mediante la utilización de sus computadoras y el desarrollo de herramientas de productividad acompañado por cursos de certificación y entrenamiento en sus plataformas. El propio John Vamvakitis (2019) director de International Google for Education mencionaba

triumfalmente que, 13 años después de la creación de los servicios educativos de Google, estos ya eran usados por 80 millones de educadores y estudiantes en el mundo, bajo la marca de G Suite for Education; 40 millones de docentes y educadores se encontraban dados de alta en Google Classroom y 30 millones usaban ya Chromebooks.

Con la pandemia, las cifras de la empresa mejoraron a nivel global, al duplicar sus usuarios en Classroom y llegar a más de 100 millones, así como registrar un uso 25 veces mayor de Meet e incrementar sus usuarios en G Suite for Education hasta 120 millones (De Vynck, Gerrit & Bergen, 2020). Es notorio que la Googlificación educativa, iniciada en Estados Unidos, comienza a expandirse a escala mundial. Esto no es un hecho fortuito. La compañía había destinado varios años a mejorar sus herramientas tecnológicas para el campo educativo, armonizando contenidos, integrando aplicaciones en un sentido común y generando una serie de alianzas estratégicas con organizaciones internacionales como Edelvives, sumamente activa en el contexto español o EdTech Team, una red global con presencia en México (Edelvives, 2019).

El comportamiento de Google responde a un permanente apetito de datos, propio del capitalismo de plataformas, lo cual explica su continuo proceso de expansión en las más distintas áreas y espacios sociales (Srnicsek, 2017). Fuchs (2012) considera que el ciclo de acumulación de capital de dicha empresa requiere de un constante proceso de vigilancia económica de los datos y actividades de los usuarios, acciones mediante las cuales los mercantiliza y les explota infinitamente, además de vender sus datos como mercancía a clientes publicitarios con el fin de obtener ingresos por la vía de publicidad. Con su desembarco en los sistemas educativos, la capacidad de Google para instrumentalizar las actividades de los usuarios en sus plataformas será cada vez más redituable.

#### **4.- Nueva Escuela Mexicana y Google: ¿comercialización invisible?**

El gobierno de AMLO, denominado Cuarta Transformación (4T), ha presentado a la NEM en tanto una apuesta de gran calado para transformar el sistema educativo nacional. Sus dos pilares fundamentales, se ha dicho, son la excelencia y la equidad, acompañados por una campaña de revalorización del magisterio. En su discurso postula una ruptura fundamental con los principios neoliberales que dieron sentido a la dirección educativa nacional en sexenios anteriores; algo muy ad hoc a la narrativa oficial de un orden posneoliberal en la política mexicana. No obstante, a tres años de gobierno, tal propuesta no parece aún estar concluida, y la anunciada ruptura respecto al periodo neoliberal, aún no es una realidad a nivel jurídico, político ni curricular (González; Rivera y Guerra, 2020) (Jarquín, 2021).

En estricto sentido, la NEM es una respuesta política al malestar que el sector educativo había experimentado desde 2013, cuando una reforma constitucional inspirada en la Nueva Gestión Pública impuso una terapia de choque que consistió en la adopción

de políticas globales de autonomía escolar y rendición de cuentas denominadas internacionalmente SAWA (Parcerisa y Verger, 2022) mismas que habilitaban, por cierto, algunas formas de privatización de la educación, particularmente a nivel endógeno. Sus principales promotores (autoridades federales, líderes empresariales y asociaciones civiles) planteaban que dicha reforma buscaba mejorar la calidad educativa reflejada en resultados en pruebas estandarizadas, reorganizar la rectoría del sector educativo e incrementar la matrícula (Martínez; Villarroel y Hermida, 2020). No obstante, contenía dos elementos que la tornaron paulatinamente impopular: el concepto de calidad educativa, asociado a prácticas de privatización, y la vinculación del desempeño docente con su permanencia en el empleo. Así, la normativa enfrentó resistencias sindicales y sociales importantes que la deslegitimaron socialmente. Ello representó una ventaja político-electoral para el entonces candidato AMLO, quien, comprometiéndose públicamente con la “cancelación” de dicha reforma e integrando a su proyecto a liderazgos magisteriales, logró aglutinar en su favor a grandes sectores docentes. Este apoyo sectorial resultó significativo en su victoria electoral de 2018.

El marco jurídico de la NEM ha tenido un camino sinuoso. Nació en mayo de 2019 con la promulgación de un decreto que reformaba los artículos 3º, 31 y 73 de la Constitución. Entre otras cosas, contemplaba: la excelencia educativa, entendida como “mejoramiento integral constante que promueve el máximo logro de aprendizaje de los educandos, para el desarrollo de su pensamiento crítico y el fortalecimiento de los lazos entre escuela y comunidad” que se planteaba como concepto central; al docente se le definía como un “agente de transformación” y se conformaban instancias de participación social en los procesos de gobernanza (DOF, 15/05/2019). Dichos elementos abrían la posibilidad de una continuidad de políticas orientadas excesivamente hacia la medición de los aprendizajes; a la desprofesionalización docente y a la privatización del proceso de política educativa (Ball y Youdell (2007). Las leyes secundarias se aprobaron en septiembre, y casi un año después se publicó el Plan Sectorial de Educación, en el que aún se hablaba de la importancia de proveer una educación de “calidad”, con todo y que ello se apartaba del texto constitucional. Aunque el gobierno federal está impulsando una campaña de discusión y promoción de un nuevo Marco Curricular y Plan de Estudios donde se cuestiona abiertamente a la educación neoliberal, a la teoría del capital humano y al *eficientismo*, y se discuten nociones progresistas como lo común (Dirección General de Desarrollo Curricular, 2022) los planes y programas de estudio con los cuales se ha trabajado en las aulas son los heredados de sexenios anteriores.

Pese a mantener rasgos de continuidad con reformas anteriores, la propuesta educativa obradorista goza aún de aprobación considerable al interior del magisterio, gracias a la inclusión de líderes y colectivos al proyecto político de la 4T; al liderazgo carismático del presidente; a una potente campaña mediática respecto a la revalorización docente, que ha contrastado con el mal trato recibido por el magisterio en gobiernos anteriores; y a una serie de acuerdos políticos impulsados por la SEP que desplazaron las voces disidentes al interior del sector.

Un actor central en la construcción de tales acuerdos fue Esteban Moctezuma, político vinculado al mundo empresarial y a la filantropía corporativa, quien fue el primer titular de la SEP con AMLO (Jarquín, 2021). Moctezuma dialogó con colectivos docentes de distintas tendencias, viajó por el país y habló *ad infinitum* sobre la relevancia del personal educativo para la NEM. Su gran labor de cabildeo *underground*, se hizo pública dos meses antes del inicio de la pandemia, cuando presentó públicamente el Laboratorio de Educación, un proyecto que, financiado por grandes empresas nacionales y realizado en conjunto con una asociación civil (Méxicos Posibles), un think tank liberal (Aspen Institute México) y una consultora internacional (Reos Partners), tenía como objetivo generar una serie de consensos por parte de distintos actores (funcionarios, líderes magisteriales de diversa índole, organizaciones civiles, etc.) en torno a la política educativa en curso. El Laboratorio dio como resultado una serie de conclusiones que, *strictu sensu*, terminaban por apoyar la reforma educativa de la 4T. Cuando su figura comenzaba a desgastarse políticamente, dejó la secretaría y fue nombrado Embajador en Estados Unidos. Su lugar fue ocupado por Delfina Gómez, una política y profesora de carrera que se ha dedicado a dar continuidad a la línea trazada por Moctezuma, aunque con una campaña mediática mucho menos agresiva y eficaz.

#### 4.1- Pandemia y Googlificación a la Mexicana

Más allá de la discusión jurídica y política en torno a la educación nacional, las circunstancias estructurales de las escuelas no habían cambiado sustancialmente. El primer caso de coronavirus en México se reportó a finales de febrero de 2020 y así la pandemia -declarada oficialmente el 11 de marzo- tomó por sorpresa a un sistema educativo nacional con una matrícula de 24 millones y medio de estudiantes en educación básica, 90.3% de ellos en escuelas públicas. De estas, solo el 32.7% contaba con conexión a internet, lo que denotaba grandes carencias y desigualdad (SEP, 2021). La condición de los planteles educativos mantenía estrecha relación con la de la sociedad en su conjunto: según datos compartidos por Mejoredu (2020) en 2018 se registraron 47 accesos de servicio fijo de internet residencial por cada 100 hogares; durante el 2019, 43% de los hogares mexicanos carecían de algún tipo de conexión a internet. Solo 22% de la población de seis años o más que residía en áreas rurales era usuario de computadora y 47% de internet. Adicionalmente, entre la población ubicada en el estrato socioeconómico alto un 92% eran usuarios de internet, en tanto que 45% lo son de quienes se encuentran en el estrato bajo. En 2019, además, solo 44.3% de hogares contaba con una computadora, pero 92.5% sí tenía televisión. Como bien reconocía el gobierno de la 4T, la desigualdad representaba un lastre para la educación nacional, ahora bien ¿Cómo podía responder a una situación así?. México había tenido una larga tradición de educación a distancia, iniciada principios del siglo pasado utilizando principalmente radio y televisión (Navarrete; Manzanilla y Ocaña, 2020) sin embargo, la coyuntura de cierre escolar generalizado requería una respuesta rápida, y una nueva estrategia.

El gobierno mexicano publicó el 16 de marzo un acuerdo en el cual determinó la suspensión de clases. Además, la SEP, a través de la Coordinación General @aprende.mx y el Canal Once, dio respuesta al cierre escolar con de la creación de un programa de aprendizaje en línea y por televisión llamado Aprende en Casa, destinado a atender a estudiantes de nivel básico y medio superior. El programa contó con la colaboración de instancias públicas y organizaciones privadas, como Microsoft, Facebook y Fundación Televisa.

Con ello se creó una plataforma virtual en la cual se establecieron actividades a ser desarrolladas en casa por nivel y grado en educación básica y se dio prioridad a algunas áreas de conocimiento: Pensamiento Lógico-Matemático, Lenguaje y Comunicación, Convivencia Sana, Civismo y Cuidado de la Salud (Navarrete; Manzanilla y Ocaña, 2020). El corolario de la respuesta de la NEM a la pandemia, fue el desarrollo de la Nueva Escuela Mexicana en línea y de la Estrategia Nacional de Educación a Distancia, junto a Google for Education, cuyo núcleo sería el uso de la paquetería G Suite por parte del personal docente y estudiantes en escuelas públicas y la capacitación de las áreas de tecnología de las autoridades educativas, a nivel local y federal. Todo, se planteaba, sería de forma gratuita. Esto no consideraba, claro está, que el sistema educativo nacional estaba entrando al universo del mercado de datos, aunque sin precios en lo inmediato, que representan las plataformas digitales privadas.

La corporación multinacional entró al rescate de un sistema educativo muy grande en sus dimensiones, pero que no había apostado por el desarrollo de una infraestructura digital propia suficiente. Su intervención -decía- buscaba implementar una estrategia que permitiera “brindar a estudiantes una educación de calidad y de excelencia a distancia, a través de las herramientas que ofrece Google para Educación y Youtube [además de] establecer las bases de un sistema de educación a distancia sustentable y escalable, y contribuir a que los estudiantes refuercen las habilidades digitales para los trabajos del futuro”. Esto además, contemplaba que una vez terminada la contingencia, todas las cuentas creadas en las plataformas seguirían activas de forma gratuita y perpetua (Google for Education, 2020).

Es necesario mencionar que los servicios educativos de Google no eran desconocidos en el país. En 2014 se anunció que las Chromebooks llegarían a México y desde aquel momento, directivos de la empresa planteaban que no bastaba con que se usaran dispositivos digitales en la educación básica, sino se requería pensar de qué forma “las metodologías de los profesores y la política pública de educación va a estar imbuida en [dichos] dispositivos, para preparar a los jóvenes para los trabajos que todavía no existen” (Google México, 2014). Se consideraba ya también que el salón de clase estaría “en todas partes” y eventualmente, dejaría de estar delimitado por un espacio físico, para estar al lado -o en la mochila- de quienes estudian. La empresa realizaba ya actividades de vinculación y promoción con otras organizaciones, como el congreso-cumbre

organizado en agosto de 2015 en Ciudad de México, donde buscaba la difusión de sus productos con docentes de distintos niveles (EdTechTeam & Google, 2015).

No obstante, en 2017 y 2018 llevó a cabo un proceso agresivo de expansión comercial mediante distintas estrategias: a) intervenciones filantrópicas por medio de Google.org en alianza con Fundación UNETE, destinadas a proveer de dispositivos digitales y a capacitar docentes para el uso de nuevas tecnologías en educación; b) visitas comerciales a escuelas en ciudades como Cancún, Guadalajara, Monterrey, Campeche y Ciudad de México y participación en distintos encuentros educativos del sector público; y c) generación de alianzas público-privado con gobiernos estatales. Con el paso de los años, la empresa se ha posicionado también en el sector privado, donde reporta la existencia de 16 Google Reference Schools -colegios cuyo sello de “calidad” es el uso pleno de sus productos- situados en Ciudad de México, Estado de México, Veracruz, Aguascalientes, Tabasco, Jalisco y Nuevo León. Con este antecedente, la empresa tenía ya un conocimiento considerable del sistema educativo nacional.

La estrategia de educación a distancia de Google for Education se basó en cuatro ejes principales: a) Uso de G Suite; b) Contenido educativo alineado al plan de estudios; c) Capacitación y acompañamiento y d) Youtube para el aprendizaje. Su presentación oficial, que llevaba por subtítulo “Desaprendiendo para aprender” se dio con bombo y platillo, con más de medio millón de docentes registrados al webinar, el primero de una serie de 25 que se dedicarían a capacitar a las figuras educativas en las herramientas de productividad de G Suite (Google for Education, 21/abril/2020). En ella participaron Carlos Anaya, Jimena García y Daniela Guerra del equipo de Google for Education en México; Daniel Cleffi, líder de Google for Education en Latinoamérica y el propio Esteban Moctezuma, quien reconoció en el uso de G Suite una “gran flexibilidad y capacidad de innovación” de la NEM, considerando públicamente la utilización de la plataforma incluso después de terminada la pandemia. Para el entonces secretario, resultaba importante que en la oferta de productos de Google para la educación, no circularía publicidad de ningún tipo, particularmente en los servicios educativos de Youtube, algo que no resultaría del todo cierto, dada la complejidad en su uso. Los *Googlers* que participaron en la presentación comentaron las bondades del proyecto: el uso de G Suite ayudaría a docentes a romper paradigmas y a crear nuevas dinámicas de enseñanza, a ser innovadores y, algo muy importante, a dejar de depender de un espacio físico para impartir clases. Todo ello al tiempo de simplificar tareas administrativas, para que docentes pudieran enfocarse en la enseñanza.

La NEM *online* fomentó la inclusión de actores privados en la gobernanza digital (Williamson, 2016) de la educación nacional, los cuales colaboraron en la digitalización de la educación, la generación de contenidos alineados al plan de estudios, la capacitación docente en el uso educativo de plataformas y la extensión de servicios digitales a las comunidades educativas. Para ello, se crearon distintas alianzas estratégicas cuyos

protagonistas fueron, entre otros, la SEP, Google, Facebook, Fundación UNETE y Grupo Edilar a través de Red magisterial.

La SEP (2020) anunció en junio la alianza que llevaba a cabo con Facebook y Fundación UNETE para capacitar a más de 1.2 millones de docentes en el uso de Facebook para la educación. Lo anterior resultó paradójico considerando la retórica educativa de la 4T, ya que dicha Fundación, presidida durante años por Claudio X. González Guajardo -un referente de la derecha empresarial nacional- había sido actor central en la promoción de políticas educativas gerenciales en las últimas décadas (Jarquín, 2021).

Una vez establecidas las bases del salto digital, el gobierno federal hizo una pronta evaluación favorable del programa. El 24 de mayo, la SEP (2020) publicó un boletín en el cual se afirmaba que el programa Aprende en Casa había logrado la participación de más de 937,000 docentes, directores y supervisores en la plataforma de Google Classroom, cifra que no había quedado lejos de lo programado. El SGA de Google se había beneficiado de una selección de contenidos educativos alineados a los planes de estudio correspondientes, motivo por el cual, al igual que Microsoft Teams, resultaba una herramienta útil para docentes en cuestiones de creación de espacios de trabajo y colaboración (CONEVAL, 2021).

Posteriormente, el Mejoredu (2020) reportó cifras interesantes de una encuesta relativa al uso de dichas tecnologías por parte de las comunidades educativas: 28% de estudiantes habían realizado actividades educativas en la contingencia relacionadas a Google Classroom. Se reportó, además, el uso de Google Classroom como medio de coordinación y colaboración, en el que se compartió materiales de apoyo y organizaron actividades del Consejo Técnico Escolar (CTE). Aunado a ello, un 57% de directores consultados reportaron haber utilizado Google, porcentaje que, en municipios de alta marginación disminuyó a un 35% en preescolar y 32% en primaria. Para el personal docente, las herramientas de Google fueron calificadas como “fácil de usar” por 3 de cada 4 profesores, aunque en este grupo, docentes de modalidad indígena reportaron dicha respuesta en mayor frecuencia, en un 60.4% en preescolar y 61.5% de secundaria. No obstante, el uso de las herramientas de Google aún se encuentra en evaluación.

Aunque a un nivel mucho menor que otros países, como Estados Unidos o Suecia, el sistema educativo mexicano se ha Googlificado paulatinamente, gracias al uso de soluciones tecnológicas y a la centralidad de Google en el desarrollo de políticas educativas. Si bien esto ha sido efecto de la pandemia, la ausencia de infraestructura digital pública en educación apunta hacia la continuidad del proceso.

## 5.- A modo de conclusión: México a la luz de la experiencia internacional

La expansión de las corporaciones digitales en la educación mexicana puede ser vista desde una perspectiva internacional. Como mencionamos previamente, la pandemia habilitó un proceso de crecimiento sin precedentes en el sector de la IEG dedicado a la generación, gestión y valorización de datos. La necesidad de dar respuesta a la continuidad educativa presente en la NEM, condujo así a obtener recursos digitales de corporaciones de base tecnológica, en lo cual Google resultó protagonista. De esta forma, pese a que la oferta educativa digital resultó útil para algunos sectores del sistema educativo, la vinculación profunda entre el sector privado y la autoridad educativa abre la puerta a un proceso de nuevas privatizaciones de largo aliento que se expresan, en su veta endógena (Ball y Youdell, 2007) en la adopción de valores de mercado al interior del gremio docente mediante la difusión de un discurso emprendedurista y orientado a la eficiencia, algo que sucede ya en los Centros de Educadores de Google (CEG) (Saura, Díez y Rivera, 2021). Por otro lado, la dinámica extractiva de datos de las plataformas ha encontrado en la educación nacional un campo de intervención atractivo, dadas sus dimensiones y complejidad. La digitalización educativa conlleva también implicaciones relevantes en la equidad en educación y su accesibilidad. Por ejemplo, respecto a estudiantes que se encuentran en contextos rurales, quienes han experimentado dificultades considerables para hacer uso de las herramientas digitales, tal como ha sucedido también a nivel internacional (Srinivasan; Jishnu & Shamala, 2021).

A la luz de las tendencias de comercialización y privatización educativa que se presentan actualmente a nivel internacional (Williamson y Hogan, 2020) a continuación se exponen algunas existentes en el contexto mexicano:

### a) El solucionismo de la industria mundial de las tecnologías de la educación

Siguiendo la tendencia de expansión corporativa digital en el ámbito educativo, Google ha construido una alianza público-privada con el Gobierno Federal con el fin de aportar su infraestructura digital para la educación a distancia. En el proceso, Google ha “identificado” determinados problemas en el sistema educativo nacional y a propósito de ello, ha aportado soluciones tecnológicas, que se plantean más eficaces al consolidarse a largo plazo en el sistema educativo. Sin embargo, un problema con la problemática a resolver construida por la empresa, es que, pese a argumentar que esta se concibe desde la práctica cotidiana en las aulas, responde realmente a una lógica estandarizada de atención a situaciones educativas: a) educación que no está enfocada en el individuo y requiere ser “personalizada”; b) excesiva dependencia de un espacio físico para mantener los procesos de enseñanza-aprendizaje; c) sobrecarga de trabajo administrativo a docentes, que puede ser reducido con el uso de SGA, etc.



Dado que no se consideran condicionamientos contextuales relevantes, dentro de los cuales se encuentra la falta de accesibilidad a conectividad, las herramientas digitales pueden llegar a no resultar útiles o atractivas, tal como muestra una encuesta realizada a más de 1,000 docentes en el estado de Oaxaca, México (Secretaría de Trabajo y Conflictos del Nivel de Educación Secundaria Técnica-Sección XXII-cnte, 2020).

b) Las colaboraciones público-privadas y las coaliciones COVID

La intervención de GAFAM en el sistema educativo nacional se ha beneficiado de un considerable respaldo gubernamental. En el caso de la NEM, su digitalización ha ido de la mano con dos grandes compañías: Google y Facebook, así como con el apoyo de Fundación UNETE. Esto ha permitido que los productos ofertados por las corporaciones en general no sean vistos con sospecha o desconfianza por las comunidades educativas. Además, ha profundizado la creación de redes de colaboración entre sector privado y tercer sector más allá de las directrices construidas por el gobierno. En este proceso ha resultado significativa la narrativa discursiva de las autoridades educativas, quienes han terminado por legitimar *un EdTech Speak* (Selwyn, 2015) aún en proceso de consolidación, al afirmar que la intervención de proveedores privados de tecnología digital permite a docentes desarrollar el dominio de la tecnología; avanzar en su gestión escolar y, en términos generales, mejorar su trabajo docente, apuntando a una mayor profesionalización.

c) La filantropía está “reinventando” la educación al amparo de la pandemia

La filantropía empresarial se ha convertido en un actor clave en la capacitación docente de la NEM. *Google.org*, la rama filantrópica de la empresa, apoyó al socio mexicano de la red Teach For All en la capacitación de docentes de escuelas públicas (Google, 2020). La educación a distancia fue también apoyada por las organizaciones del magnate Carlos Slim mediante el micrositio PruebaT. No obstante, el ejemplo más significativo es el de Fundación UNETE, quién no solo participó en cursos masivos en el uso de Facebook para educación, sino que también certificó, junto a las autoridades educativas federales, la asistencia del profesorado a webinars de capacitación mediante documentos específicos, tal como se muestra en el anexo.

A tono con el ambiente internacional, las corporaciones digitales han desembarcado ya en la NEM. Sin embargo, su expansión en las actividades del sector, así como la profundización de su influencia, dependerá, entre otras cosas, de la relación entre gobiernos, profesorado, iniciativa privada y otras organizaciones sociales.

## Referencias bibliográficas

- Ball, S. y Youdell, D. (2007). Privatización encubierta en la educación pública. Informe para V Congreso Mundial: Internacional de la Educación.
- Bonilla Molina, L. (2021). Modelación de la educación y escolaridad desde las revoluciones industriales. *Acción Y Reflexión Educativa*, (46), 27-54. <https://doi.org/10.48204/j.are.n46a2>
- CONEVAL. (2021). *Caracterización y análisis del diseño de la Estrategia Aprende en Casa*. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- De Vynck, G. & Bergen, M. (9 de abril de 2020). *Google Classroom Users Doubled as Quarantines Spread*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-09/google-widens-lead-in-education-market-as-students-rush-online#xj4y7vzkg>
- Díez-Gutierrez, E. (2021). Gobernanza híbrida digital y Capitalismo EdTech: la crisis del COVID-19 como amenaza. *Foro de Educación* 19(1), 105-133. <http://dx.doi.org/10.14516/>
- Diario Oficial de la Federación. *DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de los artículos 3º., 31 y 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia educativa*. 15/05/2019.
- E-Tech Evolving Education*. (14 de octubre de 2021). *Educación en el siglo XXI. EDUCACIÓN EN EL SIGLO XXI: ¿Cómo preparar a las generaciones actuales y futuras?* <https://www.youtube.com/watch?v=eN532wk2IC8>
- Edelvives. (11 de abril de 2019). *Edelvives firma una alianza global con EdTechTeam, el mayor partner mundial de Google for Education*. <https://www.edelvives.com/es/Noticias/d/edelvives-firma-una-alianza-global-con-edtechteam-el-mayor-partner-mundial-de-google-for-education>
- Google for Education. (2020). *Estrategia de Educación a Distancia: transformación para México*. Google.
- Google for Education. (21 de abril de 2020). *Presentación de la Nueva Escuela Mexicana en línea: Desaprendiendo para aprender*. [https://www.youtube.com/watch?v=Fw8JSKPtL\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=Fw8JSKPtL_s)
- Google México. (5 de diciembre de 2014). *Google for Education Mexico*. <https://www.youtube.com/watch?v=FTK4smA6MnM>

- Google. (12 de abril de 2020). *Google for Education impulsa la educación a distancia en América Latina*. <https://latam.googleblog.com/2020/08/google-for-education-impulsa-la.html>
- Google. (30 de septiembre de 2020). Google.org apoya a organizaciones en América Latina que brindan innovaciones de aprendizaje a distancia durante la pandemia de COVID-19. <https://blog.google/intl/es-419/noticias-de-la-empresa/iniciativas/google-apoya-organizaciones-en-america-latina-que-brindan-innovaciones-de-aprendizaje-a-distancia-durante-covid19/>
- Google. (s/f). K12 Solutions for Classrooms of Every Size and Budget. [https://edu.google.com/intl/es-419\\_ALL/why-google/k-12-solutions/](https://edu.google.com/intl/es-419_ALL/why-google/k-12-solutions/)
- Griffin, R. (2020). *Is the COVID pandemic a victory for big tech?* <https://www.sciencespo.fr/public/chaire-numerique/en/2020/08/13/is-the-covid-19-pandemic-a-victory-for-big-tech/>
- Iberdrola. (s/f). Disruptive education for meeting the challenges of the future. <https://www.iberdrola.com/talent/disruptive-education>
- Jamiludin; Darnawati; W A S Uke & Salim. (2021). The Use of Google Classroom Application in a Blended Learning Environment. *Journal of Physics: Conference Series*, 1752, 1-6. doi:10.1088/1742-6596/1752/1/012066
- Jarquín, M. (2021). *La pedagogía del capital. Empresarios, nueva derecha y reforma educativa en México*. Akal.
- Koenig, R. (2020). *The post-pandemic Outlook for Edtech*. Edsurge.
- Krutka, D.; Smits, R. & Willhelm, T. (2021). *Don't be evil: should we use Google in schools?* *TechTrends*, 65(4), 421-431. <https://doi.org/10.1007/s11528-021-00599-4>
- Kuehn, L. (21 de junio de 2020). *El capitalismo de plataforma virtual coloniza la educación*. <http://idea-network.ca/es/?p=241>
- Li, C. & Lalani, F. (25 de febrero de 2021). How COVID-19 has changed the way we educate children. [www.weforum.org/agenda/2021/02/digital-learning-covid-19-changed-way-we-educate-children/](http://www.weforum.org/agenda/2021/02/digital-learning-covid-19-changed-way-we-educate-children/)
- Martínez, A.; Villarroel, M. & Hermida, G. (2020). Reformas y políticas educativas en México: ¿cuáles han sido los principales ejes y dispositivos de política de las dos últimas reformas?, *Faro Educativo*(5), 1-11.
- Mejoredu. (2020). *10 sugerencias para la educación durante la emergencia por COVID-19*. Gobierno de México.

- Mejoredu. (2020). *Experiencias de las comunidades educativas durante la contingencia sanitaria por covid-19*. Gobierno de México.
- Muñoz-Najar, A.; Gilberto, A.; Hasan, A.; Cobo, C.; Azevedo, J. & Akmal, M. (2021). *Remote learning during Covid-19*. World Bank Group
- Navarrete, Z.; Manzanilla, H. & Ocaña, L. (2020). Políticas implementadas por el gobierno mexicano frente al covid. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*(50), 143-172. <https://doi.org/10.48102/rlee.2020.50.ESPECIAL.100>
- Parcerisa, L. & Verger, A.. (2022). Reformas de nueva gestión pública en el sector educativo: El caso de las políticas de autonomía escolar con rendición de cuentas, En Rivera-Vargas, P.; Miño-Puicercós, R. & y Passeron, E. (Coords), *Educación con sentido transformador en la universidad* (123-134). Octaedro.
- Pardo, I.; Waliño-Guerrero, M. & San Martí, Á. (2018). La “uberización” de los centros escolares: reestructuración del trabajo pedagógico mediante las plataformas digitales de contenidos”. *Educatio Siglo XXI*, 36(2), 187-208.
- Ramiel, Hemy. (2017). User or student: constructing the subject in Edtech incubator, *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 40(4), 487-499. 10.1080/01596306.2017.1365694.
- Roberts-Mahoney, H.; Means, A. & Garrison, M. (2016). Netflying human capital development: personalized learning technology and the corporatization of K-12 education. *Journal of Education Policy* 31(4), 405-420. 10.1080/02680939.2015.1132774
- Saeed, M. & Abdulwahid, M. (2021). Google Docs or Microsoft Word? Master's students' engagement with instructor written feedback on academic writing in a cross-cultural setting. *Computers and Composition*, 62(2), 2-16
- Saldaña, C.; Welner, K.; Malcolm, S. & Tisch, E. (2021). Teachers as Market Influencers: Towards a Policy Framework for Teacher Brand Ambassador Programs in K-12 Schools. *Education Policy Analysis Archives*, 29 (109), 1-35. <https://doi.org/10.14507/epaa.29.5654>
- Saura, G.; Díez-Gutiérrez, E. & Rivera Vargas, P. (2021). Innovación tecno-educativa. “Google”, plataformas digitales y formación docente. *REICE*, 19 (4), 111-124. <https://doi.org/10.15366/reice2021.19.4.007>
- Saura, G. (2020). Filantropocapitalismo digital en educación: Covid-19, UNESCO, Google, Facebook y Microsoft. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 17(2), 159-168. <https://doi.org/10.5209/tekn.69547>

- Secretaría de Trabajo y Conflictos del Nivel de Educación Secundaria Técnica-Sección XXII-  
cncte (2020). *Informe de resultados de la encuesta aplicada a docentes de escuelas  
secundarias técnicas ante la contingencia sanitaria Covid-19*. CNTE.
- Selwyn, N. (2011). *Schools and schooling in the digital age. A critical analysis*. Routledge.
- Selwyn, N. (2015). Minding our language: why education and technology is full of bullshit...  
and what might be done about it. *Learning, media and technology* 41(3), 437-443.  
DOI: 10.1080/17439884.2015.1012523
- SEP. (2020). *Boletín No. 136 Logra Aprende en Casa que 9 de cada 10 niñas y niños  
mantengan su aprendizaje*. Gobierno de México.
- SEP. (2020). *Boletín no. 183 Capacita SEP en alianza con Facebook y UNETE a docentes  
para mejorar el aprovechamiento de aplicaciones digitales*. Gobierno de México.
- SEP. (2021). *Principales cifras del sistema educativo nacional*. Gobierno de México.
- Singer, N. (13 de mayo de 2017). *How Google Took Over the Classroom*. *The New York  
Times*. [https://www.nytimes.com/2017/05/13/technology/google-education-  
chromebooks-schools.html](https://www.nytimes.com/2017/05/13/technology/google-education-chromebooks-schools.html)
- Singer, N. (6 de junio de 2017). *The Silicon Valley Billionaires Remaking America's  
Schools*. [https://www.nytimes.com/2017/06/06/technology/tech-billionaires-  
education-zuckerberg-facebook-hastings.html](https://www.nytimes.com/2017/06/06/technology/tech-billionaires-education-zuckerberg-facebook-hastings.html)
- Spring, J. (2015). *Economization of education. Human Capital, Global Corporations,  
Skills-Based Schooling*. Routledge.
- Srinivasan, M.; Jishnu, D. & Shamala, R.(2021). COVID-19 and online education: Digital  
inequality and other dilemmas of rural students in accessing online education  
during the pandemic. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism  
Studies*, 4, 34-54.
- Srnicsek, N. (2017). The challenges of platform capitalism. Understanding the logic of a  
new business model. *Juncture*, 23(4), 254-257.  
<https://doi.org/10.1111/newe.12023>
- Srnicsek, Nick. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Mena, M. (12 de febrero de 2021). *Las grandes tecnológicas se hacen fuertes durante la  
pandemia*. [https://es.statista.com/grafico/21659/ingresos-de-empresas-  
tecnologicas-seleccionadas-en-el-primer-trimestre-de-2020/](https://es.statista.com/grafico/21659/ingresos-de-empresas-tecnologicas-seleccionadas-en-el-primer-trimestre-de-2020/)
- UNCTAD. (2020). *Investment trends monitor*. United Nations.

- Vamvakitis, J. (21 de enero de 2019). Around the world and back with Google for Education. <https://www.blog.google/outreach-initiatives/education/around-the-world-and-back/>
- Verger, A.; Lubienski, C. & Steiner-Khamsi, G.. (2016). *World Yearbook of Education 2016*. Routledge.
- Williamson, B.; Eynon, R. & Potter, J. (2020). Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency, *Learning, Media and Technology*, 45(2), 107-114.
- Williamson, B. & Hogan, A. (2020). *La comercialización y la privatización en y de la educación en el contexto de la COVID-19*. Internacional de la educación.
- Williamson, B. (2017). Educating Silicon Valley: Corporate education reform and the reproduction of the techno-economic revolution. *Review of Education, Pedagogy and Cultural Studies*, 39(3), 265-288.
- Williamson, Ben. (2016). Digital education governance: An introduction, *European Educational Research Journal*, 15(1), 3-13.
- Worlock, K. (2017). *GAFAM in education: How Google, Apple, Facebook, Amazon and Microsoft are shaping education markets*. OUTSELL.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiación externa.

**Conflictos de interés:** Declaro que no existen conflictos de interés en la publicación del presente artículo.

#### **Cómo citar este artículo:**

Jarquín, M. R. (2023). Capitalismo de plataformas, corporaciones y filantropía en la nueva escuela mexicana online. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 27(1), 151-173. DOI: 10.30827/profesorado.v27i1.24644

Anexo



Por su participación en el webinar  
"Herramientas digitales para la enseñanza"  
los días 9 y 10 de julio de 2020.

Ciudad de México, a 13 de julio de 2020

"Conectar la educación con futuro"

  
César Alberto Looza Altamirano  
Director de Educación  
UNETE

Escanear para validación de autenticidad y verifica el sitio de validación <http://eventos.comunidadunete.net> en caso de ser dúbido, el documento puede ser falso.

  
Marlene Mendoza González  
Directora General de Desarrollo  
de la Gestión Educativa

Sello de autenticidad:  
5WSpY2hdG2YSBGYWVWm9vuzogRWRT1Y2FjacOzbiBhIGRpc3RhdmNpYSAwOS1pDmVhMjgRVVSSUVMiFjPU0FTIEuPWAFFeQSBST0xFODMmMjuzSFBMU1pSMDYgMTVEUFlwOTA3Sg==

Certificación UNETE y SEP