

#1 Discussion Paper

La uberización de la educación. De la colaboración a la transacción.

En su sentido original y auténtico, la expresión “economía colaborativa” (*sharing economy, peer economy*) hacía referencia al intercambio libre y mutuamente beneficioso de bienes y servicios entre personas sin que hubiera transacciones monetarias o bien que estas por lo general fueran de escasa cuantía. La idea subyacente a la economía colaborativa es que individuos que cuentan con algún tipo de recurso —tiempo, conocimientos, informaciones, espacios, herramientas o productos— lo ponen a disposición de otros y reciben a cambio una contraprestación monetaria o en especie, que consideran adecuada o bien la aceptan porque no están en condiciones de declinarla. Asimismo, inicialmente la idea se aplicaba a personas físicamente próximas posiblemente residentes en un entorno comunitario, como un barrio o un municipio. De manera inevitable este concepto ha recibido un profundo impacto por el desarrollo ultrarrápido de las redes sociales y de las aplicaciones informáticas móviles que permiten seleccionar información e interactuar en cualquier lugar y momento con unos costes muy bajos. La colaboración y la contraprestación ya no exigen cercanía física, sino medios de acceso a Internet, servicios de intermediación, destreza para comprenderlos y usarlos y recursos económicos.

Por el lado de la demanda, de la colaboración o prestación que unas personas recibían de otras cercanas que ponían algo de su parte para atender las necesidades o requerimientos de las primeras, se ha pasado de un plumazo a unos patrones de consumo individualizado indisociables de la nube digital y de las transacciones monetizadas. La satisfacción a voluntad de necesidades o conveniencias personales conlleva aceptar, aunque sea implícitamente, una visión neoliberal y desregulada de las relaciones económicas y sociales. Alquilar un apartamento por unos días surfeando tranquilamente desde el sofá, solicitar un transporte personal a cualquier hora o disponer en línea a discreción de un ayudante de conversación en inglés, son maneras de satisfacer necesidades que revisten el consumo de una pátina confortable de colaboración y de aprovechamiento de recursos no usados.

Por el lado de la oferta, personas y empresas de todo tipo promocionan sus recursos y servicios y los ponen a la venta a través de un mercado intermediado por empresas especializadas, todas ellas surgidas en la era Internet. Estas empresas aglutinan las ofertas individuales, las integran a gran escala, las promocionan y ofrecen públicamente y selectivamente en unas lonjas de contratación globales, sometidas básicamente a sus propias reglas y conveniencias. Muchos de estos negocios basados en servicios web comparten la mística de que operan en interés de los consumidores de una manera eficaz, novedosa y original, pero la realidad es que de una economía colaborativa próxima al trueque – tú necesitas, yo te ofrezco – se ha pasado a transacciones en un mercado global puro y duro, tanto en oferta como en demanda, que satisface a la perfección muchas necesidades, de ahí su enorme expansión. Ello no obsta para que, como señalaba un artículo de El Periódico, detrás de la economía colaborativa también

"hay apropiación del término y parasitismo de iniciativas altruistas o generadoras de confianza, cuando no puro capitalismo financiero, desligado de todo interés social". [1]

Uber Technologies Inc. de San Francisco, California, es seguramente el ejemplo más paradigmático de gran empresa colaborativa de la era Internet. Se autodefine como una red en línea mundial de transporte que desarrolla, comercializa y opera la "app" Uber que permite a una persona con un *smartphone* solicitar un desplazamiento, el cual es atendido por un conductor autónomo afiliado a Uber que opera con su propio vehículo. La app de Uber calcula el importe del trayecto y lo transfiere al conductor cobrándole una comisión, todo electrónicamente. En agosto de 2016 Uber daba servicio en más de 66 países y 507 ciudades de todo el mundo [2]. La legalidad de Uber está en discusión en muchos lugares y es objeto de oposición por parte de las compañías de taxi establecidas en el sector que defienden sus posiciones tradicionales alegando competencia desleal, pues los conductores no tienen licencia para conducir y trasladar a terceras personas comercialmente. También aducen que la seguridad de los usuarios está en entredicho pues los servicios de Uber equivalen a taxis "pirata" sin control ni garantías de seguridad.

La actividad de Uber y empresas de *ride-sharing* similares como Lyft y Flywheel desplaza los agentes tradicionales de cada sector y entra en conflicto con regulaciones estatales y los convenios y prácticas locales. Las protestas de los taxistas de muchas ciudades del mundo –Bangkok, Barcelona, Londres, Mumbai, Nairobi, Nueva Delhi, Paris, Toronto, etc.– demuestran a las claras la repercusión global del fenómeno y el rechazo unánime de los taxistas que ven invadido su trabajo por conductores particulares que no cumplen los mismos requisitos que los conductores profesionales ni pagan los mismos impuestos. La defensa de los argumentos de estos últimos no se puede desacreditar en simples términos de corporativismo cerrado, dado que poseen argumentos potentes en defensa del consumidor.

Uno de dichos argumentos es el relativo a la privacidad. La aplicación significativamente denominada *God View* de Uber —un programa estilo *Big Brother* que da la posición en tiempo real de los vehículos— ha sido usada por directivos y altos empleados para espiar los trayectos de los clientes, visualizar dichos trayectos como elemento de animación en fiestas y presentaciones o, incluso, para efectuar el seguimiento de personas que han sido críticas con los servicios de la empresa [3]. Otro tipo de acción contra los derechos de los usuarios es la discriminación racial por parte de conductores de Uber, de las cuales hay evidencias significativas según un estudio del que informa *The Atlantic* [4]. En promedio los clientes de raza negra sufren tiempos de espera más largos y cancelaciones mucho más frecuentes que los de raza blanca. Estas discriminaciones también se han detectado por parte de la empresa Lyft, que permite a sus conductores ver la fotografía y el nombre del cliente que pide el servicio antes de aceptarlo. En cambio, no parece haber evidencias de discriminación por parte los conductores de Flywheel, que precisamente no disponen de esta información. Según el mencionado artículo de *The Atlantic*, muchos esperaban que la llegada de los servicios de *ride-sharing* reduciría las denegaciones de servicio basadas en prejuicios raciales y facilitaría opciones de transporte más igualitarias que las que propocionad la industria del taxi, plagada de racismo en muchos lugares de los Estados Unidos. Sin embargo, sucede lo contrario. No es que las empresas sean discriminadoras per se, sino que la información de sus plataformas se puede usar con esta finalidad por parte de ciertos conductores, desviándose del supuesto carácter colaborativo e igualitario del servicio. La mera posibilidad de acceder rutinariamente a las masas de datos que se recogen de los clientes (datos personales, itinerarios, destinos, frecuencias, horarios, pagos, etc.) está en la base de la conculcación de los derechos de los usuarios. Estos problemas y otros

semejantes se extienden potencialmente a las organizaciones que operan bajo este paradigma con empleados temporales y externos.

La combinación de tecnología en avance continuo y de economía prácticamente desregulada impulsa el crecimiento de la demanda y de la oferta de prestaciones y servicios a escala global. Mucho más que una tecnología, el modelo de negocio de Uber se ha generalizado y ha dado lugar al término “uberización” (*Uberisation, Uberification*) para designar el intercambio entre agentes económicos de capacidad infrutilizada de recursos materiales o humanos disponibles, con un costo de transacción cercano a cero.

Macroempresas de la era Internet como eBay, Amazon, Airbnb, las ya mencionadas y muchas otras basan su desarrollo hegemónico en enormes inyecciones de capital que exigen altos rendimientos para los accionistas de un Wall Street siempre pendiente de los resultados trimestrales. Como señala el *venture-capitalist* Peter Thiel, impulsor de PayPal y Facebook, lo que los negocios neoliberales desean es ser monopolios, es ser tan dominantes en sus áreas que de facto se escapan de la competencia y sean un mercado de uno. Para Thiel, “competir es para perdedores” [5]. En este marco, la provisión de productos y servicios por parte de compañías privadas más tradicionales y por servicios públicos se enfrenta a una competencia con una fuerza demoledora, lo que contribuye a erosionar la misión social de las empresas y de los entes que prestan servicios públicos, lo que a su vez acelera el agravamiento de las desigualdades. Aunque se presente bajo la bandera de la “colaboración”, en este modelo de negocio “compartir” no es más que un eufemismo.

Un post de Ruiz de Querol utiliza de nuevo Uber para ilustrar el enfrentamiento de este tipo de empresas con los organismos reguladores y los entes públicos, en este caso el ayuntamiento de New York. El ayuntamiento pospuso la decisión de limitar el crecimiento de los vehículos contratados por Uber a cambio de que Uber finalizara una campaña de intimidación contra la posición del alcalde, en la que argumentaba que la política municipal supondría un deterioro de la calidad del transporte público en la ciudad. Para Ruiz de Querol este episodio confirma el éxito de los inversores especulativos contra la capacidad de reacción de las administraciones que tienen encomendada la regulación de actividades en aras del bien común. El poder de Uber se utiliza para socavar la autoridad municipal y logra imponerse porque, tal como diagnosticó Manuel Castells en su momento, la sociedad informacional es más eficiente en la acumulación de dinero y poder [6].

De modo inevitable se plantea la cuestión de si estos modelos de negocio pueden llegar al ámbito educativo o de cómo van a hacerlo. En las consideraciones anteriores, ¿se pueden sustituir conductores por profesores o tutores? ¿Es factible que haya una o varias Uber de la educación con abasto mundial? ¿Puede la profesión docente precarizarse del mismo modo que los conductores de Uber? ¿Pueden llegar a implantarse “monopolios de educación colaborativa” *for-profit* en competencia con los sistemas educativos tradicionales? ¿Podría una empresa de Internet —por ejemplo LinkedIn, que dispone de una enorme red de enlaces profesionales— convertirse en una “universidad colaborativa”? ¿Se puede mediante plataformas interactivas controlar la privacidad de los alumnos y actuar con ellos de manera discriminatoria? El *home-schooling*, ¿podría emerger con fuerza gracias a empresas de servicios educativos en línea? Tal vez, todo esto ya es una realidad más o menos encubierta, que avanza silente y desapercibida pero que puede eclosionar con una enorme rapidez, semejante a la velocidad con que lo han hecho las empresas mencionadas, cuando se den las condiciones oportunas. La difusión de la visión social de la educación más como un bien privado que como un bien público y la desregulación, o incluso tal vez los tratados comerciales internacionales, podrían ser estos desencadenantes.

Por otra parte, hay en el mundo ingentes recursos humanos más o menos capacitados, que precisan de ingresos y que son susceptibles de ser empleados en actividades formativas. Mediante la intermediación de una empresa de *peer economy* y a cambio de una retribución estas personas pueden proporcionar conocimientos, experiencia, relaciones, asesoramiento u orientación a personas necesitadas de formación y apoyo. Incluso cabe la posibilidad que para algunas de ellas esta sea la única o la más conveniente forma de ganarse la vida. Los diversos servicios transaccionales que existen en Estados Unidos para corregir y puntuar tests escolares son un claro ejemplo de uso de recursos humanos infrautilizados y dispersos como soporte a actividades educativas.

Lo que va de la colaboración cara a cara entre alumno y profesor propia de las tradicionales y aún vigentes clases particulares (economía colaborativa con una modesta retribución monetaria) al enorme espectro de universidades, empresas y organizaciones globales de formación en línea, pone de manifiesto que las necesidades de formación y apoyo que tienen las personas en la sociedad actual son múltiples y admiten formas muy variadas de ser satisfechas. En el campo laboral y profesional, mucha gente busca los recursos y servicios formativos que precisa para avanzar en su vida al margen de las instituciones que proporcionan estudios obligatorios, pos obligatorios y universitarios, sea porque no puede superar barreras de acceso, sea porque estas instituciones no tienen la flexibilidad suficiente a causa de sus condicionantes burocráticos e institucionales. La uberización formativa puede aprovechar decisivamente esta realidad.

El hecho de que la capacidad de acreditar competencias y aprendizajes no esté generalmente, por ahora, en manos de particulares ni de empresas comerciales sino de instituciones que tienen legalmente conferida la autoridad para hacerlo, constituye un freno sustancial para la expansión de las empresas de formación en línea en la educación escolar y universitaria. Sin embargo, es claro que las instituciones educativas oficiales conviven con un sector económico de enseñanza online for-profit, en pleno proceso de consolidación y expansión, que emplea recursos humanos generalmente en precario para sus actividades con modelos de economía compartida.

Los asuntos clave de la economía colaborativa son quien comparte que, con quien y quien obtiene el beneficio. El futuro de la educación y de la formación dependen del equilibrio entre colaboración y transacción, en un contexto social-tecnológico que no tiene vuelta atrás.

Ferran Ruiz Tarragó
@frrtarrago

- [1] <http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/quien-gana-mas-con-economicolaborativa-5254308> Agustí Sala, El Periódico de Catalunya, 10 julio 2016.
- [2] [https://en.wikipedia.org/wiki/Uber_\(company\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Uber_(company)) (descarga 30 octubre 3016)
- [3] Uber Used Private Location Data for Party Amusement
<http://valleywag.gawker.com/uber-used-private-location-data-for-party-amusement-1640820384>
- [4] Gillian B. White, Uber and Lyft Are Failing Black Riders, The Atlantic, Oct 31, 2016.
<https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/10/uber-lyft-and-the-false-promiseof-fair-rides/506000/>
- [5] Gary Hall, How the Neoliberal 'Sharing Economy' Is Threatening Our Teachers' Job Security. University of Minnesota Press, October 7, 2016.
<https://www.amazon.com/Uberfication-University-Forerunners-Ideas-First/dp/1517902126/?tag=alternorg08-20>
- [6] Ricard Ruiz de Querol, Ante la tecno-ceguera moral, tomar partido. 24 Julio 2015.
<https://ruizdequerol.wordpress.com/tag/uber/>