





MONOGRAFÍA

La economía colaborativa en la era del capitalismo digital

DOI 10.15213/REDES.N15.P22

JAVIER DE RIVERA, ÁNGEL GORDO Y PAUL CASSIDY

RESUMEN

El auge de la economía colaborativa coincide con la crisis del capitalismo global de 2008, y un ciclo de aumento del desempleo y la precariedad laboral. En esta situación gran parte de la población trata de buscar nuevas vías de ingreso, así como acceder a servicios más económicos y diversificados. Como señalan Alonso, Fernández e Ibáñez (2016: 22) la crisis económica está influyendo en las formas de relación de la ciudadanía con el consumo, en un escenario marcado por “un incremento notable de la desigualdad económica y social, y un aumento significativo de la pobreza entre los grupos más vulnerables”. La economía colaborativa surge en este contexto junto con otras propuestas con las que a veces se confunde, como la economía social y solidaria (Fernández y Miró, 2016), o el renovado interés por la economía del bien común (Vila-Viñas y Barandiaran, 2015; Subirats y Rendueles, 2016).

PALABRA CLAVE: ECONOMÍA COLABORATIVA

El auge de la economía colaborativa coincide con la crisis del capitalismo global de 2008, y un ciclo de aumento del desempleo y la precariedad laboral. En esta situación gran parte de la población trata de buscar nuevas vías de ingreso, así como acceder a servicios más económicos y diversificados. Como señalan Alonso, Fernández e Ibáñez (2016: 22) la crisis económica está influyendo en las formas de relación de la ciudadanía con el consumo, en un escenario marcado por un incremento notable de la desigualdad económica y social, y un aumento significativo de la pobreza entre los grupos más vulnerables. La economía colaborativa surge en este contexto junto con otras propuestas con las que a veces se confunde, como la economía social y solidaria (Fernández y Miró, 2016), o el renovado interés por la economía del bien común (Vila-Viñas y Barandiaran, 2015; Subirats y Rendueles, 2016).

Los promotores de la economía colaborativa la presentan como una imparable “marea sociocultural” (Botsman y Rogers, 2012) que está transformando

la sociedad, provocando una auténtica “revolución colaborativa” (Cañigual, 2014), que promete generar relaciones económicas más sostenibles y beneficiosas para todo el mundo. Mientras tanto, las plataformas digitales que se corresponden con este modelo extienden su actividad por todo el mundo provocando importantes impactos económicos y sociales. Como de costumbre, todo este proceso de cambio pilla a traspiés a los márgenes críticos de las ciencias sociales.

La economía colaborativa se autoproclama heredera de las prácticas tradicionales de solidaridad, intercambio informal y regalo—o don—, tan comunes aún entre las clases populares de los países “ricos” y un “activo” clave en las economías emergentes. Sus principales representantes a escala global (por ejemplo, Airbnb, Uber o Blablacar) se presentan como aliadas de la ciudadanía que ofrecen una mejor solución tecnológica a los rigores de la crisis económica. Botsman y Rogers (2012: 13) la describen como un modelo que viene a sustituir y mejorar las “viejas y estigmatizadas formas de compartir”—en referencia al cooperativismo, las redes familiares y las comunidades de apoyo mutuo—, por “formas más atractivas y valiosas de colaborar y generar comunidad”.

Por su parte, los discursos identificados por Alonso, Fernández e Ibáñez (2016: 33) representativos del imaginario actual respecto al consumo en el contexto español, plantean una división de opiniones respecto a si estas otras formas alternativas de consumir, incluyendo la contención general frente a gastos superfluos que se aprecia de manera transversal en todos los sectores sociales, “tiene un carácter estructural, o es meramente una reacción coyuntural ante la incertidumbre provocada por la crisis”. En otros términos, parafraseando a estos autores, cabría plantear en qué medida esta aparente revolución colaborativa forma parte de un discurso cada vez más asentado de vivir con menos —*downshifting*—, y de este modo, repensar el consumo desde valores más éticos, sostenibles; o por el contrario, el efecto de contención en el gasto y las formas alternativas de consumo, basadas en la reutilización de recursos a menudo infrautilizados (dando prioridad al acceso a los productos en lugar de a la propiedad o adquisición de los mismos) “no son tanto el resultado en un cambio de estilo de vida — hacia nuevas formas de hedonismo alternativo— como un efecto disciplinario para imponer las medidas de recorte social que exige el mercado” (Alonso, Fernández e Ibáñez, 2016: 34).

Entre tanto, ajenas a este dilema, las plataformas digitales generan nuevos mercados en los que se gestionan y monetizan prácticas que antes tenían lugar de forma local e informal. La sistematización informática estandariza estas prácticas de intercambio permitiendo el escalamiento exponencial de las mismas. Sin embargo, a pesar del incremento de volumen de negocio, las empresas gestoras pretenden mantener el halo de informalidad asociado a su actividad,

lo cual funciona al mismo tiempo como reclamo comercial y como estrategia para rehuir la presión fiscal. En este doble vínculo entre lo dicho y hecho se quedan atrapados académicos, legisladores y gran parte de la opinión pública, incapaces de decidir sobre la verdadera naturaleza del fenómeno.

En los últimos tiempos, los diferentes periodos de crisis económica han supuesto ventanas de oportunidad para el desarrollo de nuevos modelos de negocio asociados a las tecnologías digitales. A finales de los 90, las puntocom prometieron revitalizar la economía a través de Internet, y aunque su burbuja explotó rápidamente, fueron sustituidas por la web 2.0 (O'Reilly, 2005), un modelo de negocio en el que la empresa ofrece la plataforma y los usuarios crean el valor, es decir el contenido. Desde entonces, la efervescencia e institucionalización progresiva del giro digital ha traído consigo nuevas oportunidades. La economía colaborativa es en buena medida el resultado del proceso de maduración (y “capitalización”) de estos modelos, gestados en Silicon Valley al calor de las inversiones de capital riesgo que allí se concentran en busca de proyectos rentables que financiar.

La clave de la economía colaborativa, las plataformas digitales ponen en circulación bienes y recursos con los que previamente no se comerciaba—esa habitación que no usamos, la bici que se quedó pequeñas, el taladro del garaje, etc.—y que ahora se incorporan a los mercados digitales regulados por estas entidades. En otras palabras, de lo que se trata es de rentabilizar lo que se conoce como la ‘capacidad ociosa’ o ‘infrautilizada’ de los recursos y bienes. Al hacerlo, la plataforma obtiene un porcentaje por cada transacción, por lo que sus ingresos crecen exponencialmente mientras los costes lo hacen aritméticamente. El diseño, la construcción y el desarrollo de las plataformas requieren de un gran inversión en I+D—en ocasiones superiores al presupuesto que muchos estados europeos dedican a la investigación o educación (De Rivera, 2017)—, pero una vez logrado el nivel adecuado de funcionalidad y el volumen necesario de usuarios, los costes se mantienen estables y la rentabilidad crece.

La gran particularidad de las empresas digitales, como hemos señalado, es su escalabilidad: una vez desarrollada la infraestructura, el coste marginal de cada nuevo usuario o transacción tiende a cero, por lo que el volumen de negocio se puede incrementar manteniendo estables los costes de servicio. Así, en algunas de estas empresas el ratio de trabajadores por usuario puede ser superior a 1/100.000 y la productividad por trabajador puede estar por encima del millón de dólares anual (Gordo y Rivera, 2015)¹.

1 Por mencionar el caso de Facebook que en 2015 facturó 18.000 millones, mientras que el número de trabajadores no superaba los 10.000. (Facebook Annual Report, 2015).

Semejante escalabilidad les dota de la capacidad de prometer a sus inversores una rentabilidad muy alta a medio-largo plazo, lo cual representa un bien escaso en el mundo de las finanzas. Desde una lectura materialista de la economía digital diríamos que las corporaciones digitales son el último recurso de los capitales financieros para seguir retrasando, *ad infinitum*, la ley de rendimientos decrecientes del capital. Esto es posible porque estos modelos de negocio incorporan nuevos recursos al sistema de mercado y lo hacen de una forma suficientemente eficiente como para que el proceso de acumulación del capital continúe (Rushkoff, 2016).

El modelo de negocio es tan eficiente que su desarrollo desemboca en el establecimiento de grandes monopolios digitales, de forma que unas pocas plataformas pueden acabar gestionando la mayor parte de las transacciones comerciales. En este sentido, las multinacionales de la economía colaborativa amenazan con extender a todos los sectores económicos la situación de monopolio u oligopolio que ya se da en el consumo de contenidos digitales, en la gestión de correo electrónico, la búsqueda y publicidad online, y los servicios de redes sociales. Una vez alcanzada esta situación, las nuevas empresas digitales controlarán de una forma más directa y efectiva el desarrollo económico, los derechos laborales, e incluso la capacidad recaudatoria de los estados.

Además, la formación de monopolios no es una consecuencia no deseada de la acción, sino que es el objetivo declarado de las grandes plataformas digitales financiadas con capital riesgo capitalismo de plataforma: solo copando todo el mercado se puede confiar en que la escalabilidad crecerá hasta garantizar la rentabilidad de las inversiones. Peter Thiel "un conocido inversor y emprendedor de Silicon Valley" explica esta lógica empresarial en su libro de consejos para emprendedores tecnológicos: el secreto del éxito consiste en "establecer un monopolio al resolver un problema único" (Thiel, 2014: 27), y para ello "la tecnología es el único camino para escapar a la competición en un mundo globalizado" (2014: 106).

La trayectoria de empresas como Uber permite ver fácilmente la aplicación de esta estrategia: gracias a su músculo tecnológico, económico y jurídico estas empresas reducen los precios hasta ahogar a los competidores tradicionales (los taxistas, en el caso de Uber), de modo que una vez desaparecida la competencia, pueden gestionar en solitario el mercado y fijar los precios del modo más beneficioso para la compañía (Davidson, 2014).

Ante estas estrategias, tan solo una adecuada regulación de estos nuevos mercados puede prevenir la formación de monopolios digitales. Sin embargo, el auge de estas multinacionales se corresponde con el debilitamiento del sistema público; una correlación en la que algunos autores ven un vínculo causal:

cuanto más poder acumulan las empresas tecnológicas, más se debilita la gestión pública, y a su vez más se legitiman las funciones de regulación social ejercidas por estas empresas (Vaidyanathan, 2011; De Rivera, 2013, 2017). En cualquier caso, parece existir una marcada falta de iniciativas públicas para establecer estrategias en la defensa del bien público, especialmente en materia de nuevas tecnologías y entornos digitales.

En un marco más amplio, esta situación se relaciona con el desarrollo político del neoliberalismo como la doctrina de gobierno global de la actualidad (Laval y Dardot, 2013), desde el que se legitima la instauración de mecanismos de competencia para regular todas las interacciones sociales, por encima de las decisiones políticas y los derechos colectivos. En el contexto de la economía colaborativa, la lógica neoliberal se expresa nítidamente en la transformación del consumidor en un pequeño emprendedor, responsable de su propio negocio personal. Emerge así la figura del prosumidor, que se presenta como la realización de la promesa de obtener una economía más cercana, sin división entre productores y consumidores, pero que no es otra cosa que la realización práctica del ideal neoliberal del “homo oeconomicus como empresario de sí mismo” (Foucault, 2007: 264; Gil, 2017).

El panorama de emprendimiento universal soñado por los primeros teóricos neoliberales (Schultz, 1971; Becker, 1962) está en vías de realizarse a través del capitalismo de plataforma, lo que implica un serio debilitamiento de las condiciones laborales. La lógica de este modelo va muy en línea con las dinámicas de la reputación digital como un sistema de control del trabajador, que en teoría opera de forma autónoma, pero que en realidad está bajo la supervisión difusa de los sistemas de evaluación y control distribuido. En otras palabras, a imagen de los mecanismos de feedback negativo ideados por la cibernética (Wiener, 1950), los ratings y rankings de las plataformas digitales cuantifican el rendimiento de los trabajadores, creando sistemas artificiales de meritocracia desde los que se justifica la exclusión del mercado laboral de los trabajadores menos competitivos. Así, la lógica del microemprendimiento transfiere toda la responsabilidad del éxito laboral al individuo aislado, desprotegido, al tiempo que los sistemas privados de contratación se presentan como proveedores de oportunidades en vez de como facilitadores de la explotación laboral.

En definitiva, la mayor parte de lo que se conoce como economía colaborativa representa la expansión del capitalismo de plataforma (Morozov, 2015), desde el que se perfila un horizonte de economías personalizadas que darán lugar a estructuras sociales más polarizadas y a engañosas dinámicas de movilidad social. Algunos autores califican este escenario emergente como “neo-feudalismo

del capitalismo cognitivo” (Kostanakis y Bauwens, 2014), para remarcar la acumulación de poder que se concentra en los gestores de los monopolios digitales, a expensas de los derechos económicos, civiles y digitales de la gran mayoría.

Ante este panorama, creemos que es necesario cuestionar los discursos propagandísticos y los señuelos de la economía colaborativa (*social washing*, *green washing*², etc – véase Gordo, Rivera y Cassidy, 2017; De Rivera, Gordo y Cassidy, 2016; OCU, 2016), para generar un debate que permita entender mejor las dinámicas socioeconómicas detrás de estos sistemas. Con ese objetivo, abordamos la coordinación de este monográfico, que esperamos pueda servir como una aportación a esta tarea tan necesaria. En este número hemos agrupado las contribuciones de algunos de los académicos e intelectuales de habla hispana que mejor han sabido entender y analizar el fenómeno.

Abrimos el monográfico con un artículo de Javier Gil en el que se explica el modo en que la economía de prosumidores incrementa las diferencias sociales. El texto expone también en cómo la razón neoliberal queda expresada a través del fenómeno de la prosumición, como nuevo mecanismo de transformación del capital humano en capital económico. Este artículo representa un importante esfuerzo de sistematización sobre las economías de prosumición, que incluye además una tipología de prosumidores que ayuda a entender cómo sería la estructura social del futuro.

En la misma línea, pero con un acercamiento de estudio de caso, Adrián Todolí Signes expone el impacto del modelo económico de Uberpop sobre los derechos laborales y los pseudocontratos de trabajo de la economía *on demand*, que institucionalizan la precariedad. El texto hace visible los grandes retos para el mercado de trabajo asociados a la figura de bien sea “colaboradores” de las plataformas de economía colaborativa, trabajadores subordinados o falsos autónomos desregulados. Profundiza con gran acierto en las paradojas y alegaldades vinculadas a estas nuevas formas de trabajo y el modo que encajan o no en el concepto de contrato de trabajo y por tantos sus supuestas obligaciones respecto al régimen de cotización establecido para autónomos.

En el siguiente artículo, Bru Lain pregunta “¿En qué sentido puede (o no) ser emancipadora la economía colaborativa?”. En la búsqueda de una respuesta el autor profundiza en las similitudes teóricas entre la economía liberal y neoclásica y la economía colaborativa. Sin embargo, más allá de la perspectiva

2 De manera parecida a lo que indicábamos más arriba, el social washing y el green washing cabría entenderlos como señuelos para el crecimiento de la economía colaborativa en tanto se presentan como iniciativas que fomentan el tejido social y la sostenibilidad respectivamente, a pesar de no existir evidencias empíricas ni datos independientes que así lo prueben.

crítica que aporta este texto, Laín apunta aspectos básicos que dotarían a la economía colaborativa de un sentido emancipador entre los que incluye un entorno institucional que tuviera la prioridad política de construir una sociedad más justa, que se correspondiera con un cambio en la motivación cognitiva de los agentes económicos.

Esta misma pregunta plantea el artículo de Gaspar Brändle mientras problematiza en torno al impacto del consumo colaborativo. Sin embargo, en este caso, más que en la naturaleza institucional o los fundamentos políticos, el autor aborda el impacto de prácticas específicas. A las cuestiones como el activismo vago (o *slacktivism*) encuentra su mejor caldo de cultivo en los entornos digitales, le sigue la motivación individualista e instrumental de los usuarios, así como los modelos centrado en los beneficios económicos (*for profit*) que guían a la mayoría de las empresas de la economía colaborativa³. En cierto sentido, podemos decir que este artículo atiende a los aspectos prácticos que ponen en duda el potencial de transformación social de este movimiento socioeconómico.

Desde una perspectiva teórica similar, Ricard Espelt, Ismael Peña-López y Núria Vega indagan a su vez acerca de los elementos emancipadores ligados a las nuevas iniciativas económicas. Para ello, adoptan un aproximación empírica desde la que comparan una plataforma internacional de consumo colaborativo (La Colmena que dice Sí) con los grupos locales de consumo que tienen varias décadas de historia en Barcelona y al rededores. Para ello, Espelt *et al.*, recurren a los criterios de evaluación de la economía social y solidaria (Fernández y Miró, 2016) para realizar su análisis comparativo.

Con un estilo divulgativo y una gran claridad expositiva, propias de uno de los máximos exponentes del movimiento de consumo colaborativo en España y América Latina, Albert Cañigueral comparte su visión de futuro de la ciudad colaborativa, y lo hace con un acopio importante de fuentes y documentos. Con un enfoque propositivo, Cañigueral aborda el desarrollo de la ciudad colaborativa entendida como el resultado de un proceso de co-construcción entre ciudadanos, ayuntamientos y entidades privadas. Superando el paradigma de la ciudad inteligente, ya demasiado asociado a la vigilancia electrónica, el concepto de ciudad colaborativa plantea el derecho a la ciudad y a la participación, aprovechando para ello algunas de las herramientas de la economía colaborativa.

³ Para una revisión actualizada sobre activismo digital véase José Candón-Mena y Lucía Benítez Eyzaguirre (2016) *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global*, Editorial: Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

Por último, cerramos el número con instancias de efectos transformadores asociados a la economía colaborativa. Elena Gil realiza una revisión del potencial del *crowdfunding* para la financiación de proyectos sociales y de activismo, a partir de un estudio de caso sobre la plataforma Verkami. En su análisis descubre cómo el mantenimiento de valores asociados a la transformación social dentro de estas plataformas requiere también “coreografías activistas”, es decir, de la intervención de los activistas que las pueblan como usuarios activos que imprimen sentido a sus acciones más allá de las determinaciones técnicas que vienen dadas por la plataforma.

Por su parte José Manuel Nogueira, Josep Martínez-Polo y Marta Pérez repasan la formación y el lanzamiento de El Salto, un medio de comunicación que surge de la colaboración entre diferentes medios locales, y financiado gracias a las contribuciones de sus socios. En este contexto de búsqueda de nuevos modelos de negocio, el proyecto de El Salto representa un interesante ejemplo de cooperativismo, colaboración y respeto por formas más sostenibles e igualitarias de entender la economía. La descripción del proyecto realizada en este texto ayuda a entender las condiciones de posibilidad de este tipo de iniciativas.

Con estos artículos y la coordinación de este monográfico esperamos sumar al esfuerzo de distinguir las prácticas liberadoras, emancipadoras e igualitarias asociadas al consumo, de las que generan una mayor exclusión social y concentración económica. La mayoría de los artículos abordan esta cuestión desde diferentes ángulos, señalando en su conjunto claves para afrontar los retos que el futuro de la era digital y sus formas cambiantes y dialécticas de consumo deparan.

REFERENCIAS:

- ALONSO, L.E., FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. e IBAÑEZ ROJO, R. (2016). “Entre la austeridad y el malestar: discursos sobre consumo y crisis económica en España”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, número 155: 21-36. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.155.21>
- BECKER, G. (1962). “*Investment in human capital: a rheoretical analysis*”, en *Journal of Political Economy*, volumen 70, número 5: 9-49.
- BOTSMAN, R. y ROGERS, R. (2010) *What's mine is yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Nueva York: Harper Collins.
- CANDÓN-MENA, J. y BENÍTEZ EYZAGUIRRE, L. (2016) *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global*. Barcelona: Editorial Bellaterra; Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

- CAÑIGUERAL, A. (2014). *Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Barcelona: Penguin Random House.
- DAVIDSON, J. (2014, 18 de septiembre). “Uber Has Pretty Much Destroyed Regular Taxis in San Francisco”. *TIME Magazine*. <http://time.com/money/3397919/uber-taxis-san-francisco/>
- DE RIVERA, J. (2017). *Sociología de las instituciones digitales. Redes sociales y consumo colaborativo*. Tesis doctoral UCM.
- DE RIVERA, J. (2013). *Book Review: Vaydhanathan, S. (2011). The Googlization of Everything (and why we should worry)*. *International Journal of Communication*, número 7: 1745–1749. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2422/986>
- DE RIVERA, J., GORDO, A., CASSIDY, P. y APESTEGUÍA, A. (2016) *A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms’ user interface and design*. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, volumen 23: 11-27. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.003>
- FERNÁNDEZ, A. y MIRÓ, I. (2016). *L’economia social i solidària a Barcelona. Barcelona: Comissionat d’Economia Cooperativa, Social i Solidària*. http://www.laciuatatinvisible.coop/wp-content/uploads/2016/02/essb_def3.pdf
- FOUCAULT, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica* (1a ed. en español). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- GIL GARCÍA, J. (2017). “Economías colaborativas y crisis del capitalismo: un análisis a través de la prosumición”. En COTARELO, R. y GIL, J. (Eds.). *Ciberpolítica. Hacia la cosmópolis de la información y la comunicación*. Madrid: INAP.
- GORDO, A. y DE RIVERA, J. (2015). *The Triple Impact Assessment of P2P Collaborative Consumption in Europe*. Research report. Cibersomosaguas UCM.
- GORDO, A., DE RIVERA, J. y CASSIDY, P. (2017). “La economía colaborativa y sus impactos sociales en la era del capitalismo digital”. En COTARELO, R. y GIL, J., *Ciberpolítica: gobierno abierto, redes, deliberación, democracia*. Madrid: INAP.
- KOSTAKIS, V. y BAUWENS, M. (2014). *Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy*. Nueva York: Palgrave Macmillan. <http://dx.doi.org/10.1057/9781137406897>
- LAVAL, C. y DARDOT, P. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- MOROZOV, E. (2015, 16 de agosto). “La fiebre de las plataformas”. *Tribuna de El País*. https://elpais.com/elpais/2015/06/25/opinion/1435251058_955249.html
- OCU (2016). *Collaborative consumption: Collaboration or business?* Organización de Consumidores, Altoconsumo, Deco Proteste, Test-Achats. Madrid.

- O'REILLY, T. (2005, 30 de mayo). "What Is Web 2.0. *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*". En O'Reilly Media. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
- RUSHKOFF, D. (2016) *Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity*. Nueva York: Penguin.
- SCHULTZ, T. W. (1971). *Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research*. Nueva York: The Free Press.
- SUBIRATS, J. y RENDUELES, C. (2016) *Los bienes comunes ¿Oportunidad o espejismo?* Barcelona: Icaria.
- THIEL, P. (2014). *Zero to one: notes on startups, or how to build the future*. Nueva York: Penguin Random House Company.
- VAYDHANATHAN, S. (2011). *The Googlization of Everything (and why we should worry)*. Berkeley (CA): University of California Press.
- VILA-VIÑAS, D. y BARANDIARÁN, X.E. (Eds.) (2015). *FLOK Society. Buen Conocer. Modelos sostenibles y políticas públicas para una economía social del conocimiento común y abierto en Ecuador*. <http://book.floksociety.org>
- WIENER, R. (1950). *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*. Boston: Ed. Da Carpo.