



número 1 (primer semestre 2020) - number 1 (first semester 2020)

## *Cuadernos de Trabajo* Ediciones THEOMAI

# Entre economías colaborativas y plataformas capitalistas. Un problema de abordaje <sup>1</sup>

*Lautaro Baña*

La exposición y desarrollo, durante las últimas décadas, de nuevas y numerosas formas “socio-económicas” asociadas al proceso de *digitalización* a nivel mundial, han despertado un fuerte interés dentro y fuera de la comunidad académica y/o científica.

Sus lógicas de funcionamiento, su trayectoria historia, sus posibilidades y límites, las consecuencias y transformaciones que se operan a nivel individual, social, laboral, económico y cultural son algunos de los aspectos que se han problematizado de este fenómeno.

Aunque se ha avanzado mucho a este respecto, aun persisten problemas de definición y, como consecuencia, problemas de limitación de este fenómeno que se ha popularizado con denominaciones tan diversas como *economía colaborativa*, *plataformas*

---

<sup>1</sup> Presentado en las Jornadas becarios y tesistas UNQ 2019.

*p2p, capitalismo de plataforma, etc...* los cuales colocan bajo la misma denominación una heterogeneidad de actividades, lógicas y fenómenos excluyentes entre sí.

En esta ponencia de carácter descriptivo, me propongo discutir con estos conceptos y definiciones, buscando separar dos fenómenos dicotómicos, pero que se suelen aglutinar, intencionalmente o no, bajo la misma categoría.

### **Economía colaborativa: consumo colaborativo, plataformas digitales, modelos P2P, y figura del prosumidor**

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las crisis económicas y sociales, y los serios problemas medio ambientales a los que nos enfrentamos en las últimas décadas, son algunos de los fenómenos y factores que han despertado y dieron impulso a la búsqueda, por parte de sujetos y organizaciones, de “nuevas formas” que permitiesen satisfacer sus necesidades e intereses (Rodríguez; Pérez. 2010) (Piñeiro; Suriñach; Casadevante. 2017), en contraposición a las formas más tradicionales, vinculadas con la sobreproducción, el individuo propietario y la acumulación de bienes.

Las primeras expresiones de estas “nuevas formas” estuvieron asociadas a prácticas tan antiguas como el trueque, el altruismo, el uso compartido de bienes y, la formación de redes de solidaridad de carácter comunitario, las cuales se vieron potenciadas por el avance de la tecnología y, en especial, de internet, dando inicio a nuevas lógicas y hábitos de producción y consumo, en los que las acciones vinculadas al compartir, las plataformas digitales y los sujetos se convertirían en elementos centrales.

Los primeros desarrollos teóricos que buscaron analizar y comprender al conjunto de estos fenómenos, resultaron en la construcción de los conceptos *consumo colaborativo* y *economía colaborativa* (*sharing economy* o *Colaborative economy* en ingles), nominalizaciones que se extendieron dentro y fuera de la literatura académica, y que lograron gran legitimidad, en especial, aquellas definiciones construidas por Botsman y Roogers (2010) en su libro *What is mine is yours*.

En esta línea, por un lado, la *economía colaborativa* es definida como un sistema socio-económico alternativo al modelo capitalista dominante, basado en redes de intercambio descentralizadas y horizontales, que buscan activar el valor de bienes y servicios infrautilizados, a la vez que eliminar espacios de la mercantilización, conectando la oferta y la demanda a través de plataformas digitales, lo que “permite reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en la que se llevan a cabo” (Rosalía. 2016).

El por qué de su definición como un sistema socio-económico, es consecuencia de la extensión de este modelo tanto a la producción, a través del coworking (permite compartir el mismo espacio, físico o virtual, a diferentes personas que trabajan en sus propios proyectos), del crowdsourcing (externalizarían de tareas a un grupo de personas), y del open software (software libre); a la financiación, a través del

crowdfunding (financiación a partir de recompensas no monetarias), de los bancos de tiempo (intercambio de habilidades, sin la utilización de dinero), y de monedas sociales (conexión de recursos a partir de la creación de un sistema monetario alternativo); y, al consumo, a través de mercados de segunda mano (no se presta atención al dinero, sino a la contribución a cuidar el medioambiente), del alojamiento compartido, y de la movilidad compartida (automóviles, motocicletas, etc.) (Rodríguez; Pérez. 2010); así como al aprendizaje (experiencias de aprendizaje abiertas), y a la gobernanza (mecanismos de gobernanza horizontal y participativa en varios niveles de lo social) (Rosalía. 2016).

Por el otro lado, el *consumo colaborativo* puede ser entendido como un subconjunto de la *economía colaborativa* (Piñeiro; Suriñach; Casadevante. 2017) que da cuenta de la “reinención de los comportamientos de mercado tradicionales- alquilar, prestar, intercambiar, compartir, regalar- a través de la tecnología” (Bostman y Rogers. 2010), donde la reputación, la comunidad y el acceso compartido serán utilizadas como herramientas (Rodríguez; Pérez. 2010), para generar un carácter abierto, inclusivo y global (Rosalía. 2016), y crear un sentido de pertenencia, responsabilidad colectiva y mutuo beneficio (Parraga. 2016), en contraposición al modelo hiper-consumista de la economía tradicional (Rodríguez; Pérez. 2010). Estos comportamientos y/o actividades pueden incluir el intercambio de dinero y monedas, físicas o digitales (Rodríguez; Alvarezdiaz; Angulo), pero no persiguen ánimo de lucro y tratan de superar una cultura basada en la propiedad. Brandle (2017), de modo abstracto y general, lo define como “un movimiento social, cultural e, incluso ideológico que transforma la manera en que las personas cubren algunas de sus necesidades y satisfacen parte de sus deseos de consumo” (P.125)

Rodríguez y Pérez (2010), recurriendo a Bostman y Rogers (2010), distinguen tres sistemas de consumo colaborativo: “sistema de servicios de productos”, que da cuenta del acceso a bienes sin la necesidad de comprarlos; “mercados de redistribución”, que hace referencia a productos con vida útil que no son utilizados y que son ofrecidos a otros consumidores; y, por ultimo “negocios colaborativos”, que están dedicado al intercambio de activos no tangibles, como el compartir ideas.

Lo característico en estas formas y practicas económicas, es la intermediación de una plataforma digital, que se basa en el modelo conocido como *P2P Peer to Peer*, termino procedente del campo de la informática y que hace referencia a una red de ordenadores conectados entre sí que trabajan como iguales (Rodríguez; Pérez. 2010). Se puede definir a estas plataformas como instrumentos digitales, que permite crear un mercado abierto de carácter comunitario, conformado por una red de particulares que buscan intercambiar bienes y/o servicios y, a la vez, como el intermediario para acceder a ese mercado digital. Sistemas de reputación y/o recomendación forman parte de estos instrumentos, los cuales poseen como finalidad la construcción de una “confianza digital”, creando un sentimiento de familiaridad, seguridad y transparencia de y hacia cada uno de los integrantes y acerca del mercado mismo.

Son los usuarios, sujetos particulares en condiciones de igualdad, quienes dan forma y controlan a este tipo de plataformas, colocándose estas como un mero instrumento de la sociedad de la información, sin influencia en la prestación del

servicio subyacente (Olivares. 2017). De esta forma, los sujetos que conforman este nuevo mercado, como oferentes o consumidores, abandonan la pasividad característica de los mercados tradicionales para convertirse en actores activos, con mayor poder y control sobre sus prácticas, sobre las formas de producción y sobre sus hábitos de consumo, frente al accionar de las grandes corporaciones y de las empresas que conforman la economía y el mercado tradicional.

Estos actores en estado activo han sido conceptualizados bajo la categoría *prosumidor*, un acrónimo que refiere a la fusión de los papeles de productor y consumidor en una única persona, y que da cuenta de la incorporación de los consumidores en el proceso de producción, así como la transformación del consumo en un elemento productivo (Gil García. 2017): con su accionar activo, los diferentes actores intervienen dentro del proceso de producción que compone el mercado creado por las plataformas P2P, a través de la oferta de un bien, un servicio, un espacio, de sus ideas, etc., y el consumo de estos se vuelve productivo a partir de las reseñas, evaluaciones, opiniones, etc., que se produzcan acerca de estos bienes, materiales y no materiales, y servicios.

### **Dos visiones de la economía colaborativa**

El problema se presentó cuando, junto y a partir de las formas y lógicas agrupadas bajo el modelo *colaborativo*, aparecieron nuevas formas socio-económicas que nada tenía que ver con este modelo, pero que fueron agrupadas y se auto-definieron bajo la misma denominación. Esta posibilidad, derivó de las mismas contradicciones que presentan el término y su conceptualización.

En relación al término, Slee (2017) señala que la denominación “economía colaborativa” encierra una paradoja ya que por la palabra “colaborar”, entendemos a una interacción social de carácter no comercial, motivada por un sentimiento altruista y que no involucra el intercambio de dinero; mientras que, la palabra “economía”, hace referencia a transacciones puramente mercantiles e interesadas.

Por el otro lado, y en relación a su conceptualización, Villalón (2017) sostiene que difícilmente se entiende el por qué de la razón de hacer del elemento colaborativo lo característico de este tipo de economías, cuando no es lo que más las diferencia del resto de las actividades económicas, comerciales y/o mercantiles en dos sentidos. Primeramente, si por “colaborativo” se entiende a la colaboración mutua entre diferentes actores en el plano económico, este elemento se encuentra presente en todos los ámbitos señalados desde los comienzos de las primeras actividades. Y, en segundo lugar, si el término “colaborativo” refiere a la confluencia de intereses entre los diferentes actores, este hecho es falaz y alejado de la realidad, ya que no desaparece el conflicto de intereses entre las partes, connatural a toda relación social.

A pesar de estas contradicciones, el concepto *economía colaborativa* ha sido el más difundido y el que ha logrado mayor legitimidad, situación que ha generado nuevos problemas en lo que refiere a la comprensión de estos fenómenos socio-económicos. Las posiciones frente a estos fenómenos y su denominación y caracterización se

dividen entre quienes aceptan o no el concepto, pero denuncian como irreal aquello que propone, consecuencia de la explosión de formas que difícilmente compartan características con este tipo de economías (Villalón. 2017) (Slee. 2017) (Srnicek. 2018); aquellos que aceptan el concepto *economía colaborativa* y su caracterización, pero que proponen nuevas categorías y definiciones para los fenómenos socio-económicos que nacieron junto a estos primeros y que poseen características y lógicas opuestas (Rosalía. 2016) (Brandle. 2017); y, finalmente, aquellos que rechazan de antemano esta denominación y proponen nuevas categorías tanto para analizar los fenómenos agrupados bajo el concepto *economía colaborativa* y aquellos otros que presentan características opuestas

Dejando de lado las diferencias entre cada una de las posiciones adoptadas por cada uno de estos autores, se puede reconocer y sostener que existen, al menos en la actualidad, dos visiones de la *economía colaborativa*: la primera, vinculada a la comunidad, la cooperación y al compartir, centrada en transacción entre iguales a partir de plataformas digitales basadas en el modelo P2P, las cuales funcionan como meras intermediarias y no persiguen ganancia o beneficio alguno, que establece relaciones horizontales sin divisiones jerárquicas, y que conforman una oposición a los modelos tradicionales basados en la sobreproducción material y el consumo individual, colocando al sujeto como actor clave; y, la segunda, caracterizada por la acumulación, la mercantilización, la explotación, la persecución de lucro, y la financiación de riesgo, desplegada a partir de plataformas digitales que poseen gran capacidad de control y dirección sobre el servicio subyacente y sobre los sujetos, caracterizadas por relaciones verticales y divisiones jerárquicas, y que representan una de las caras más despiadadas del modelo de acumulación capitalista contemporáneo.

### **Capitalismo de plataformas: un nuevo desafío teórico**

En similitud con lo ocurrido con la explosión de los fenómenos y procesos agrupados bajo la categoría *economías colaborativas*, la aparición y desarrollo de formas socio-económicas con otras características, lógicas y actores, pero que se colocaron y auto-definieron bajo el mismo paraguas terminológico que estas primeras, despertó un fuerte interés que se concentro en la denuncia de este hecho, así como en el desarrollo de nuevas categorías y/o construcciones teóricas.

Las acusaciones, giran en torno a la apropiación de etiquetas como estrategia de ocultamiento y/o marketing (Bandle. 2017) (Foncea; Servós; Garrido. 2016); a las disputas ideológicas que tienen lugar en el seno de estos fenómenos (Piñeiro; Suriñach; Casadevante. 2017); a la falsedad del término *colaborativas* (Villalón. 2017); y, al aglutinamiento bajo la misma categoría de fenómenos dispares (Olivares. 2017) (Parraga. 2016) (Slee. 2017), cuyo objetivo, más allá de las distintas posiciones que adoptan estos autores, es denunciar la emergencia de fenómenos y procesos que difícilmente pueden ser agrupados o entendidos bajo el concepto *economías colaborativas*, al estar asociados a prácticas que versan sobre la acumulación y el lucro, la mercantilización, la explotación, las relaciones jerárquicas y, la individualización,



prácticas que no hacen más que reproducir, bajo un nuevo carácter, las relaciones capitalistas, y que dan cuenta de la capacidad del capital para re-inventarse y amalgamar aquello que podría representar un peligro para la reproducción del modo de acumulación dominante.

Junto con estas denuncias y acusaciones, también se recurrió a denominaciones que permitiesen dar cuenta del carácter de estos fenómenos. Por su parte, Piñero, Suriñach y Casadevante (2017), recurren al concepto *capitalismo netarquico*, haciendo referencia a la concentración de poder en grandes plataformas basadas en lógicas empresariales, y al de *consumismo colaborativo*, en clara oposición al *consumo colaborativo* y haciendo referencia a la dependencia de formas de mercado y a la interiorización de la maximización económica. Por otro lado, Foncea, Servós y Garrido (2016), hablan de *collaborative washing* para “destacar el comportamiento de polizón que supone mantener la apariencia de desarrollo de un modelo colaborativo” (p. 29)

Los avances más productivos, sin embargo, se dieron con la creación de nuevas categorías y conceptualizaciones, las cuales guiaron el foco de análisis al núcleo de estos fenómenos, es decir, a las plataformas digitales. Para diferenciar estos modelos o visiones contrapuestas, se recurrió a diferentes variables, entre ellas: el nivel de control de la plataforma; la libertad de los usuarios para realizar modificaciones en la misma; el grado de intervención de la plataforma en el servicio prestado; la organización de las relaciones dentro de ellas; su carácter, de acceso abierto o cerrado; la persecución o no de fines de lucro por parte de la plataforma; si poseen o no un carácter comercial; la manera en que están financiadas; los principales beneficiarios del uso de la plataforma; entre muchas otras, lo cual derivó en la creación de tipologías que no solo buscaron diferenciar a las plataformas de carácter colaborativo y a las plataformas de carácter capitalista, cuya distinción, a grandes rasgos, fue señalada en el apartado anterior, sino también entre las diferentes plataformas que tienen lugar en cada uno de los polos de esta dicotomía.

A modo de ejemplificación y de avance de los problemas que serán desarrollados en el conjunto de la investigación que hace a esta ponencia, podemos citar el trabajo de Srnicek (2018), en donde el autor construye una tipología de 5 plataformas que buscan reproducir las relaciones del modelo capitalista, las cuales se diferencian según el modelo específico de negocio que desarrollan: *plataformas publicitarias*, como Google o Facebook; *plataformas de la nube*, como Amazon Web Services; *plataformas industriales*, como GE o Siemens; *plataformas de productos*, como Rolls Royce o Spotify; y, *plataformas austeras*, como Uber o Airbnb.

## **Bibliografía**

Brandle, G. (2017). Controversias en torno al impacto social del consumo colaborativo: algunos elementos para la discusión. *Redes. Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, 15, pp. 123-174.

Díaz-Foncea, M.; Servós, C.M.; Garrido, M.M. (2016). Economía social y economía colaborativa: encaje y potencialidades. *Economía industrial*, 402, pp. 27-35.

- García, J.G. (2017). Desigualdades, límites y posibilidades para la transformación del capital en las economías colaborativas. *Redes. Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, 15, pp. 33-67.
- Olivares, R.S. (2017). Nuevas formas de organización empresarial: economía colaborativa –o mejor, economía digital a demanda-, trabajo 3.0 y laboralidad. En Rodríguez, P.R.M. (Dir.); Hernández, B.M. (Dir.) *Economía colaborativa y trabajo en plataforma. Realidades y desafíos*. España: Editorial Bomarzo.
- Parraga, F. T. (2016). Economía digitalizada y relaciones de trabajo. *Revista de derecho social*, 76, pp. 59-82
- Piñeiro, C.; Suriñach, R.; Casadevante, J.L.F. (2017). Entre el mercado y la cooperación social. Luces y sombras de las practicas de consumo colaborativo. *Revista Española de Sociología (RES)*, 26, pp. 99-108
- Rodríguez, R.; Pérez, M.M. (Mayo-Agosto 2017). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *Esic Market Economics and Business Journal*, 2, pp. 255-274.
- Rosalía, A.S (Diciembre 2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, pp. 230-258.
- Slee, T. (2017). *Lo tuyo es mío. Contra la economía colaborativa*. Buenos Aires: Taurus.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Villalón, J. C. (2017). Las transformaciones de las relaciones laborales ante la digitalización de la economía. *Temas laborales: revista andaluza de trabajo y bienestar social*, 138, pp. 13-47.