



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

**L'ECONOMIA COL.LABORATIVA I L'ALTERNATIVA DEL
COOPERATIVISME DE PLATAFORMA**

TREBALL DE FI DE GRAU EN COMPTABILITAT I FINANCES

CURS: 2016-2017

AUTOR: EDUARDO ARAGÓN RUIZ

TUTORITZAT PER: PAULA VECIANA BOTET

Taula de continguts

1.INTRODUCCIÓ.....	1
1.1 Motivació i justificació per elaborar aquest TFG.....	1
1.2 L'àmbit d'estudi	1
1.3 Rellevància teòrica del TFG i estat de la qüestió	1
1.4 Objectius, exposició del problema i pregunta d'investigació.....	2
1.5 Metodologia.....	2
1.6 Esquema del TFG	2
2. MARC TEORIC	3
2.1 El concepte d'economia col.laborativa	3
2.1.1 Prefaci.....	3
2.1.2 TIME “SHARING. Today’s smart choice: Don’t own. Share.” 10 Ideas That Will Change the World.....	4
2.1.3 La societat de l'hiperconsum.....	9
2.1.4 El concepte de prosumidor	13
2.1.5 Factors creadors.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.6 Els beneficis de l'economia col.laborativa.....	29
2.2 Crítica a la economia col.laborativa: Tom Slee Lo tuyo es mío: Contra la economía col.laborativa.	43
2.2.1 Conclusions sobre Lo tuyo es mío: Contra la economia colaborativa	48
3. TREBOR SCHOLZ: Cooperativisme de plataforma.	50
3.1 Introducció.....	50
3.2 Economia col.laborativa corporativa i capitalisme de plataforma	51
3.3 Anàlisi de l'ecosistema laboral de l'economia col.laborativa.....	52
3.4 El cooperativisme de plataforma	57
3.5 Models de cooperativisme de plataforma.....	59
3.5.1 Intermediació laboral i mercats de propietat cooperativa online.....	59

3.5.2 Cooperatives de plataforma de propietat municipal.....	60
3.5.3 Plataformes de propietat dels productors.....	61
3.5.4 Plataformes de treball recolzades per els sindicats.....	61
3.5.5 Cooperatives des de dins	62
3.5.6 La plataforma com a protocol.....	62
3.6 Els deu principis del cooperativisme de plataforma.....	62
3.7 Conclusions sobre el cooperativisme de plataforma	68
4. Conclusions finals	70
5. Bibliografia.....	72

1.INTRODUCCIÓ

1.1 Motivació i justificació per elaborar aquest TFG

Com ha persona implicada en els moviments socials, el terme l'economia col.laborativa va despertar el meu interès d'ençà que el vaig veure escrit a la llista de treballs disponibles per seleccionar que se'ns va facilitar. La informació que m'havia arribat fins al moment, provenia principalment dels conflictes que havien generat les grans empreses que són la gran part d'aquest iceberg anomenat economia col.laborativa i també la seva punta més visible, tant als mitjans de comunicació com dintre del món de les lluites socials i sindicals. No obstant això, la narrativa dialèctica del moviment semblava proclamar-se com a defensora de l'ecologisme combatent l'hiperconsumisme, emancipadora de la classe obrera permeten que aquesta pogués treballar de forma autònoma per així sortejar els efectes d'una depressió econòmica sense precedents i a més recuperar els vincles socials i comunitaris perduts en l'era de l'individualisme. Aquesta aparent contradicció en els discursos va ser la que em va motivar per realitzar aquest treball.

1.2 L'àmbit d'estudi

El present TFG gira entorn a l'òrbita d'aquest recent fenomen conegut com a economia col.laborativa. A més de centrar-se en la definició conceptual i en els factors que l'han motivat pretén bordejar el marge de la definició per tractar de contrastar sí, efectivament, és o seria possible arribar a formular un altre sistema econòmic, partint dels elements dels quals aquesta fa ús per continuar amb el seu creixement i expansió exponencials actuals.

1.3 Rellevància teòrica del TFG i estat de la qüestió

Actualment, el debat en l'economia col.laborativa està molt obert. De fet, encara no existeix una definició acurada del terme a l'abraçar aquest un gran nombre d'iniciatives en un gran nombre d'àmbits i tenir cadascuna amb les seves idiosincràsies, és un camp d'investigació que en els pròxims anys continuarà cap a moltes derives diferents. Moltes són les organitzacions i professionals, embarcades en aportar llum a la definició i a la deriva que prendrà en els darrers anys.

En aquest treball citarem fonts que configuren el centre d'aquesta discussió tant en el panorama internacional com en el més proper, algunes d'aquestes veus són Rachel

Botsman, Lisa Gantsky, Trevor Scholz, la comunitat Ouishare, Tom Slee, Matthieu Lietaert, Albert Cañigüeral o Mayo Fuster.

1.4 Objectius, exposició del problema i pregunta d'investigació

Els principals objectius són dos:

El primer és concloure sí l'economia col.laborativa es pot considerar contra-hegemònica o és simplement un apèndix del capitalisme neoliberal que ha augmentat de forma exponencial des de la crisi financera iniciada oficialment ja fa deu anys amb la caiguda de Lehman Brother's.

L'altre és constatar sí efectivament, l'economia col.laborativa pot donar lloc a una alternativa viable al capitalisme o sí que podem aprofitar idees que ha aportat per redefinir un paradigma totalment diferent del capitalisme neoliberal. La pregunta d'investigació que tractarem de respondre és la següent:

¿És l'economia col.laborativa únicament un apèndix del capitalisme neoliberal o pot servir per transcendir aquest model de societat en favor d'un sistema amb més justícia social, redistribució de la riquesa i sense heteropatriarcat?

1.5 Metodologia

El present treball final de grau té un caràcter reflexiu. No està enfocat a l'elaboració, anàlisi o tractament de dades quantitatives amb la finalitat d'estudi d'un fet concret. A l'escollir aquesta via reflexiva, la nostra metodologia, tot incloure l'estudi de dades o gràfics que s'han elaborat per mitjà del tractament de dades quantitatives s'ha basat fonamentalment en la lectura, visionat, anàlisi i estudi de publicacions, articles, informes, conferències o entrevistes realitzades per una selecció d'autors que hem considerat idonis per al tractament dels diversos apartats que aborda el treball.

1.6 Esquema del TFG

El treball està dividit en dues parts principals:

1. La primera part del treball estarà destinada, en primer terme, a conèixer el concepte d'economia col.laborativa. Per fer-ho, profunditzarem primer en la visió de la teoria de la societat de l'hiperconsum de Gilles Lipovetsky, estudiarem el concepte de prosumidor

popularitzat per Alvin Toffler i analitzarem els factors propiciadors i els beneficis que promet aquest fenomen.

En segon terme, introduïrem la crítica que articula Tom Slee en el seu llibre; "Lo tuyo es mío: Contra la economía col.laborativa." (Penguin Random House 2016).

2. La segona part del TFG, està destinada a l'estudi de l'alternativa del cooperativisme de plataforma que desenvolupa Trevor Schloz a Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa.(DIMMONS, 2016).

2. MARC TEORIC

2.1 El concepte d'economia col.laborativa

En aquesta primera part del treball el nostre objectiu serà profunditzar en el fenomen de l'economia col.laborativa. Per fer-ho, abordarem en primer terme una anàlisi de la societat que ha possibilitat el naixement d'aquest fenomen, treballant una visió contemporània de la nostra societat, fent una mirada retrospectiva, per comprendre com hem arribat a generar unes condicions favorables pel sorgiment de l'economia col.laborativa.

Seguidament, realitzarem una anàlisi crítica dels beneficis que s'atribueixen a l'economia col.laborativa que qüestionarem i per concloure, realitzarem un estudi de la publicació a càrrec de Tom Slee; *Lo tuyo es mío: Contra la economía colaborativa*, per tal de completar aquesta mirada a l'escenari de l'economia col.laborativa a través d'una de les veus més crítiques.

2.1.1 Prefaci

Durant el procés de recerca d'informació per elaborar el present treball s'han succeït referències constants en múltiples llocs webs, entrevistes a persones reconegudes relacionades amb el món de l'economia col.laborativa, arxius audiovisuals relacionats amb la temàtica, llibres o articles de premsa a dues publicacions. La primera és un article publicat a la revista TIME i la segona és el llibre *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Hem considerat que pel seu contingut i rellevància en el que considerem l'imaginari col·lectiu de les persones que han estudiat l'entorn de l'economia col.laborativa, aquestes aportacions paradigmàtiques, una en forma d'article i l'altre en forma d'assaig, són els textos idonis per

introduir, definir, i obrir els punts de discussió sobre els que orbitarà el present treball i així configurar un marc teòric imprescindible. L'article de TIME servirà com a fil conductor que connectarà tots els punts de discussió.

2.1.2 TIME “Sharing. Today’s smart choice: Don’t own. Share.” 10 Ideas That Will Change the World. Our best shots for tackling our worst problems, from war and disease to unemployment and deficits (TIME, 17 Març 2011)

La revista TIME és una publicació de caràcter generalista de tirada setmanal d'origen estatunidenc que va iniciar la seva activitat l'any 1923. Actualment també compta amb la seva versió europea, canadenc, asiàtica i australiana.

L'any 2011 en un dels seus números de Març, la popular revista, va publicar un compendi d'articles escrits per 10 col·laboradors porta com a capçalera l'enunciat: 10 idees que canviaran el món.

És important, destacar la data, ja que la difusió i volum de l'economia col·laborativa era quantitativament menys rellevant en l'actualitat en totes les seves dimensions i inclús podríem afirmar que moltes de les seves iniciatives més reconegudes es trobaven en una fase postembrionària.

Tot i que projectes com el de Wikipedia ja funcionaven des del 2001, és en els darrers 10 anys quan han començat a néixer, créixer i popularitzar-se empreses o iniciatives que s'inclouen dintre del marc de l'economia col·laborativa, aportant reconeixement i popularitat al fenomen.

Ens referim a exemples paradigmàtics que en els darrers anys han generat, acceptació o rebuig, a mesura que s'anaven expandint per bona part de la geografia mundial. Airbnb, es un d'aquests exemples i va néixer el Novembre del 2008. UBER ho va fer encara més tard, al Març del 2009, Taskrabbit el 2008, Blablacar al 2006, FabLab Foundation al 2009... .

Aquest article va ser probablement un dels primers amb tanta difusió i de cara a un públic generalitzat en qualificar a l'economia col·laborativa com a un dels pròxims motors econòmics i socials capaços d'impulsar nous escenaris a les nostres societats.

Al citat recull, es tracten temes que tenen calatge sociològicament parlant. Des de la predicció de l'ampliació del camp de treball amb cèl·lules mares pel tractament de malalties passant a la revolució de l'"amor digital", canvi que previsiblement consolidarà la interacció i les formes de conèixer a noves persones per buscar establir vincles afectius a través de plataformes digitals.

No obstant això, l'idea que ens inspira per obrir la reflexió d'aquesta primera part del treball la trobem al setè article, amb el títol de "SHARING. Today's smart choice: Don't own. Share."

Signat per Bryan Walsh, editor internacional de la revista ja mencionada, expert en medi ambient i conflictes internacionals, aporta al citat compendi d'idees el text esmentat. L'inici del text es el següent:

"Someday we'll look back on the 20th century and wonder why we owned so much stuff. Not that it wasn't great at first. After thousands of years during which most human beings lived hand to mouth, in the 20th century the industrial economies of the West and eventually much of the rest of the world began churning out consumer goods — refrigerators, cars, TVs, telephones, computers. George W. Bush won re-election as President in 2004 in part by proclaiming an "ownership society": "The more ownership there is in America, the more vitality there is in America."" (Walsh, 2011)

Com podem veure Walsh comença el seu article reflectant la concepció capitalista d'una societat basada en la propietat particular i en l'increment abismal de les possessions individuals de gran part de la població americana durant el segle XX.

Després d'aquest primer paràgraf introductor on es reflexiona sobre el passat i s'assenyala la importància de la propietat privada en la configuració de l'article ens senyala una de les primeres plataformes que podria considerar-se dintre de l'esfera de l'economia col·laborativa. Napster. Aquesta va ser la primera plataforma massiva per compartir arxius musicals entre pares, utilitzant el que coneixem com una xarxa P2P centralitzada, és a dir, mantinguda per un servidor central. Actualment, Napster, ha passat a ser una plataforma de streaming que rivalitza amb altres marques similars reconegudes com Spotify.

“Even as Bush was announcing its birth though, the ownership society was rotting from the inside out. Its began with Napster. The digitalization of music and the ability to share it made owning CDs superfluous. Then Napsterization spread to nearly all other media, and by 2008 the financial architecture that had been built to support all that ownership — the subprime mortgages and the credit-default swaps — had collapsed on top of us. Ownership hadn't made the U.S. vital; it had just about ruined the country.” (Walsh, 2011)

L'editor de la revista TIME, també va un pas més endavant i destaca el fet que mentre la societat de la propietat típicament capitalista que esmentava Bush ha col·lapsat, perdent la seva suposada vitalitat, la digitalització de la música ha fet trontollar la indústria musical i ha trencat els motlles del suport físic com a única via per comercialitzar i difondre la música.

Seguidament, es destaca una valoració referent al "veritable esperit del consum col.laboratiu".

L'autor considera que aquestes noves empreses, com per exemple Zipcar, una empresa de lloguer de cotxes B2P, no són més que una revisió de les empreses i negocis tradicionals, de lloguer d'automòbils en aquest cas.

“Those companies, however, while successful, are essentially Internet-era upgrades of old car- and video-rental businesses. The true innovative spirit of collaborative consumption can be found in start-ups like Brooklyn-based SnapGoods, which helps people rent goods via the Internet. Or Airbnb, which allows people to rent their homes to travelers.” (Walsh, 2011)

Finalment, l'article aborda el que considera profitós del consum col.laboratiu:

“There's a green element here, of course: sharing and renting more stuff means producing and wasting less stuff, which is good for the planet and even better for one's self-image. And renting a power drill via SnapGoods for the one day you need it is a lot cheaper than buying it. It's a perfect fit for an urban lifestyle in which you have lots of neighbors and little storage.”

“But the real benefit of collaborative consumption turns out to be social. In an era when families are scattered and we may not know the people down the street, sharing things — even with strangers we've just met online — allows us to make meaningful connections.”

“We yearn to trust and be trusted — one researcher has found that people get a spike of the pleasant neurotransmitter oxytocin when they're entrusted with another's goods. That's the beauty of a sharing society — and perhaps the reason it might prove more lasting than one built on ownership.” (Walsh, 2011)

En aquests darrers paràgrafs, s'apunten en primer lloc els beneficis ecològics, que evidentment té el fet de compartir propietats, ja que d'aquesta forma aconseguim evitar la seva compra per cobrir una necessitat que en moltes ocasions pot ser totalment extraordinària o donar-se de forma puntual al llarg de les nostres vides. També es fa referència a l'estalvi econòmic, que pot suposar en una economia domèstica el fet de llogar objectes o propietats. No obstant això, el benefici que realment ressalta l'article sobre el consum col.laboratiu i el fet de redistribuir i compartir els nostres béns és el benefici social que provoca l'acte i possibilitat d'establir noves relacions amb desconeguts que poden arribar a confiar en nosaltres.

És remarcable, com Walsh parla de la "sharing society", a les seves últimes línies i la defineix com a una nova organització societària, aquest cop basada en la compartició i no en la propietat.

De la lectura d'aquest article, podem extreure algunes idees concretes que considerem eixos centrals de la discussió actual entorn del fenomen econòmic, tecnològic i social del qual parlem. La idea principal, tal com diu el títol del compendi d'articles publicats, la publicació i l'autor és que la cataloguen com una idea capaç de canviar les nostres societats.

Aquests és el punt sobre el qual versarà la part final del present TFG, on tractarem d'aprofundir en l'estudi de la proposta d'un model que pretén articular una economia diferent, prenent com a punt de partida el moment present en el qual es troba el moviment de l'economia col.laborativa.

No obstant això, prèviament cal fer una apreciació a l'article, que serveix com a contraargumentació, sí més no, com a objecció parcial a la idea que destaca l'article.

En l'actualitat, és un fet constatat que gran part de la població mundial no té accés a les infraestructures necessàries per propiciar el consum col.laboratiu i altres variants de l'economia col.laborativa, com podria ser un hardware adequat, accés a internet i una comunitat propera o a l'abast disposada i capacitada per participar.

L'any 2015, de 122 països, 33 no arribarien a un 30% de ciutadanes usuàries d'Internet i 13 no arribarien a tenir un 50% de població enxarxada i 7 tindrien un percentatge d'entre 50%-60% de persones connectades a la xarxa. (Wikipedia, 2017)

Si observem els casos de Xina o l'Índia, països que de forma agregada representen aproximadament la meitat de la població mundial, obtenim uns percentatges de ciutadans i ciutadanes usuàries d'Internet de 60, 4% (742.261.240 milions) en el cas de la Xina i només d'un 19,3% en el cas de l'Índia (243.000.000).

Mentre que la mitjana mundial es situava en aquell moment en un 51,2%, la UE obtenia un percentatge del 93,5% (431.958.805).

En el cas concret de l'Estat Espanyol, el percentatge es reduïa a un 78,7% (42.961.230).

Així doncs, sembla que encara és llunyana la possibilitat d'un canvi de cultura global en favor de l'economia col.laborativa, ja que sí que observem dades d'inicis del 2016 encara existeix un nombre important de la població mundial que ni tan sols té accés a Internet, més concretament, la xifra es situava en més de 4.000.000.000 milions de persones conformant un 60% de la població total, segons el Banc Mundial. (press, 2016)

Per tant, podem concloure que si aquesta transformació és dónes, probablement continuaria deixant exclosa a gran part de la població mundial, aprofundint la bretxa digital gràcies al no accés a l'economia col.laborativa.

A més, no podem oblidar que aquesta hipotètica expansió previsiblement podria mantenir o plantejar nous conflictes de classe i augmentar les desigualtats, a més de no resoldre problemes de consum a l'arribar a l'expandir-se de forma generalitzada, ja que a l'hora que és que es generés economia col.laborativa, aquesta necessitaria noves infraestructures –equips informàtics o smartphones- per créixer.

Inexorablement, arribats a aquest punt és plausible formular-se la següent pregunta:

¿És l'economia col.laborativa únicament un apèndix del capitalisme neoliberal o pot servir per transcendir aquest model de societat en favor d'un sistema amb més justícia social, redistribució de la riquesa i sense heteropatriarcat?

El cooperativisme de plataforma pot ser una de les vies per arribar a configurar aquest sistema, aprofitant part de la proposta de l'economia col.laborativa, tal com veurem a la segona part del treball, on estudiarem a fons aquesta proposta, formulada per Trebor

Scholz però abans d'arribar aquest punt, abordarem com hem dit abans, una anàlisi de la societat que ha possibilitat el naixement d'aquest fenomen, anomenat economia col.laborativa.

2.1.3 La societat de l'hiperconsum

Tractarem en primer lloc la idea d'hiperconsum. El motiu és perquè és un pilar fonamental per entendre una de les tasques que promet l'economia col.laborativa, la redistribució de valor subjacent, tant de les nostres possessions com habilitats. La idea d'una societat basada en l'hiperconsum és la que possibilita la creació de valor subjacent que podem redistribuir entre els pars, element fonamental del consum col.laboratiu. Matthieu Lietaert, en la seva recent publicació, Homo cooperants 2.0: Por una economía colaborativa desde el cooperativismo (Icaria 2017) assenyala 4 factors que han fet arribar a la societat fins aquesta situació, tots ells com veurem configuren la societat de l'hiperconsum:

- 1. Excés de consum**
- 2. Excés de publicitat**
- 3. Excés d'individualisme**
- 4. Excés de creixement econòmic**

Lietaert apunta després de resumir aquests factors:

“Por el contrario son construcciones sociales que podemos modificar. El análisis de estos cuatro factores es condición “sine qua non” para el cuestionamiento del círculo vicioso estamos inmersos para la liberación de nuestro imaginario, como sociedad, para conseguir un verdadero cambio de paradigma.... La economía colaborativa se postula como un serio pretendiente para encabezar este nuevo cambio de paradigma.” (Lietaert, 2017)

L'article de TIME, no parla explícitament de societat d'hiperconsum però a les seves primeres línies de l'article assistim a la menció de la idea de "la societat de la propietat privada", que promulgava G.W. Bush a la seva reelecció el 2004. Per posar una xifra aproximada, a la paraula hiperconsum en termes materials cal mencionar a Ouishare. Aquesta és una organització sense ànim de lucre fundada el 2012 a París. Tal com enuncia en el seu lloc web, entre els seus principals objectius té la missió

de connectar a persones i projectes per a un canvi sistèmic qüestionant i experimentant amb models socials basats en la col·laboració. Les seves principals comunitats estan instal·lades a París, Barcelona, Londres, Munich, Montreal, Río, Lima, Santiago de Chile o Bogotà. A més de complir la seva missió principal, és generadora de contingut acadèmic mitjançant la investigació i la producció de coneixement. Una de les ramificacions d'aquesta tasca és un curs MOOC (Massive Open Online Course) on analitza orígens i facetes de l'economia col·laborativa. És en aquest curs, on ens aporten dades que corroboren aquesta idea d'una societat encarada al consum massiu.

“La organización WWF Francia estima que en la actualidad tenemos de 3.000 a 4.000 objetos en nuestros hogares, 15 veces más que nuestros abuelos.

La acumulación de bienes en propiedad en las sociedades más “ricas” ha sido una dinámica alentada por la cultura del consumismo surgida durante la mitad del siglo XX pero no olvidemos que el planeta tierra tiene unos recursos limitados, por lo que no podemos seguir consumiendo recursos de este modo.” (Ouishare)

Per acabar d'analitzar aquesta idea es imprescindible citar a Gilles Lipovetsky, professor de filosofia de la Universitat de Grenoble, analitza en profunditat temes com l'individualisme i el narcisisme de la societat actual. Una de les seves obres més destacades és: *“La felicidad paradójica. Ensayo sobre la Sociedad del hiperconsumo”* (Anagrama, 2007) on relata i desenvolupa aquesta idea.

En una conferència a la Cátedra Alfonso Reyes, promoguda per l' Instituto tecnológico de Monterrey, Lipovetsky arrenca la seva intervenció formulant la següent afirmació que resumeix la tesi principal de la seva obra.

“Se admite, en general ampliamente, que vivimos en sociedades llamadas de consumo masivo, sin embargo, hay que ser conscientes de que la sociedad de consumo des de los años 50 en adelante se acaba, a partir de ahora estamos en una nueva sociedad de consumo que se ha implementado en las sociedades desarrolladas. Vivimos una nueva etapa, un nuevo estadio, de las economías del consumo y propongo que llamemos a este nuevo momento, este nuevo nivel del capitalismo de consumo, “La sociedad del hiperconsumo” y al consumidor que vive en estas comarcas del hiperconsumo, simplemente, hiperconsumidor.” (Lipovetsky, 2013)

A continuació, teoritzava sobre com s'ha arribat a aquest "nou nivell del capitalisme de consum".

"1ª fase (1880-1945): Es la fase en la que se inventó la producción masiva de productos con el Fordismo y el Taylorismo, el packaging, las primeras grandes campañas de publicidad, la marca comercial en el sentido moderno, la distribución masiva y finalmente es la época en la que aparece una nueva filosofía comercial; La búsqueda de la ganancia a través del volumen y la política de los precios bajos"

"2ª fase (1950-1980): Corresponde exactamente a lo que llamamos en general la sociedad de consumo masivo, que significa la democratización, la generalización de los productos, de los símbolos masivos de la sociedad de consumo en todos los grupos sociales. Hacia finales de los 70ª en los países desarrollados, democracias avanzadas, el coche, el refrigerador, la Tv emblemas de la sociedad de consumo en masa están difundidos y presentes"

Després d'aquesta fase arriba a la tercera i darrera, la que qualifica de "Societat de l'hiperconsum" i desgrana les característiques principals.

"Primer rasgo: A partir de finales de los años 70 vamos a asistir a lo que llamamos el pluriequipo de los hogares. En un mismo hogar vamos a ver multiplicado un mismo producto. Por ejemplo, varios televisores, varios teléfonos o varios coches"

Continua aclarint quins canvis a patit la forma de consum durant la tercera fase. Observa un canvi de pla, el consum passa a encarar-se a l'individu en comptes a llar o a la família.

"La Sociedad de consumo masivo se enfoca en la familia, el hogar en general, era el equipo de una familia. Con la Sociedad del hiperconsumo, es el equipamiento de los individuos. A este nivel, hay que destacar que la Sociedad del hiperconsumo, favoreció la individualidad de los comportamientos exacerbando el individualismo que la Sociedad de consumo ya había creado. Existe ahora un uso personalizado del tiempo y del espacio."

"Segundo rasgo característico: Hasta ahora los comportamientos eran muy marcados por costumbres y prácticas de clase; lo que en sociología se conoce como cultura de clase. Por ejemplo, en los 50 en la clase obrera se ejercía un conjunto de presiones que

llevaba a los individuos a tener que comportarse como los demás. Sí una mujer se compraba un par de zapatos que no son de su mundo existía una mirada crítica, había una presión colectiva para traer de regreso a los individuos a una especie de conformidad. Ahora en todos los grupos sociales se expresa el gusto por las marcas..., las exigencias de calidad, juventud y delgadez...”

A continuació, Lipovetsky sosté la difuminació de les barreres de classe.

“Las antiguas barreras que separaban las clases sociales se han vuelto mucho menos drásticas que en el pasado, pero no significa que las clases sociales hayan desaparecido, las desigualdades económicas incluso se amplificaron con la globalización, pero en cambio las culturas de clase ya no tienen la fuerza que tenían en el pasado”

Continua la seva argumentació centrant-se en anàlisis de les conductes de consum.

“Las decisiones de compra tienen ahora que ver con perspectivas de género, edad, criterios personales y esto genera un consumo más ecléctico. La misma persona que compra una camiseta en una tienda convencional puede comprar un bolso de Dior. Esta va despilfarrar en un ámbito y va a comprar de forma económica en otra”

No obstant, com apunta Cañigüeral, *“El consumo colaborativo propone compartir los bienes frente a poseerlos, y focalizarse en poner en circulación todo aquello que ya existe. Pasar de entender el consumo como propiedad a entender el consumo como acceso y uso.”* (Cañigüeral, 2014, pág. 25)

L'objectiu d'aquest apartat, no és altre que deixar clar un fet, la societat capitalista és una societat hiperconsumista. La nostra construcció social gira entorn de la propietat i es fomenta l'adquisició de nous béns i articles de consum des de totes les perspectives possibles. El segle XX, ha sigut on definitivament s'ha trencat l'equilibri del consum avançant cap a l'estadi actual d'hiperconsum exacerbant per impulsos individualistes. Així doncs, cal analitzar quin és el perfil que planteja l'economia col.laborativa entorn de l'actitud enfront del mercat, la cobertura de les seves necessitats i els seus hàbits de consum i si com asseguren Lietaert o Cañigüeral pot parar aquest cercle viciós d'hiperconsum de les nostres societats. Així doncs la pregunta que cal plantejar-se és la següent:

¿Quin és el tipus de consumidor que proposa l'economia col.laborativa i quina relació té aquest envers la propietat?

A l'apartat següent tractarem d'explicar quins el perfil que la narrativa de l'economia col.laborativa proposa.

2.1.4 El concepte de prosumidor

- **De l'hiperconsumidor al prosumidor**

Com hem pogut veure a l'apartat anterior, la societat capitalista de l'hiperconsum, està enfocada a multiplicar el nombre de propietats i possessions per a cada individu per tal que pugui satisfer les seves necessitats més bàsiques i les més supèrflues, únicament dirigint-se a un punt de venda i adquirint allò que desitja i que només ell farà servir. L'economia col.laborativa, planteja un altre tipus de perfil participant i un altre tipus d'interacció més activa en el conjunt de l'economia, a vegades consumidor i a vegades productor, el prosumidor. Com analitzava Cañigueral, aquest tindrà una predisposició a l'accés envers la propietat. Parlem ara dels principals propulsors d'aquest prosumidor. **Rachel Botsman i Roo Rogers: *What's is mine is yours: "The raise of collaborative consumption"***

Rachel Botsman, és la coautora juntament amb Roo Rogers, de la publicació *What's is mine is yours: "The raise of collaborative consumption"* (HarperCollins, 2010). Gràcies a aquest treball, és considerada per la comunitat científica com una de les fundadores del terme "Sharing economy" o el que és al mateix, l'economia col.laborativa. Actualment, també és professora del primer curs de MBA del món en el tema, que s'ha dissenyat, a l'Oxford University's Saïd School of Business. A més, és una escriptora i comentarista habitual en les principals publicacions internacionals, incloent-hi Harvard Business Review, The Economist, The New York Times, Wall Street Journal, Wired, The Australian Financial Review i més.

Com a títols individuals, Botsman va ser reconeguda com una de les "persones més creatives en els negocis" per Fast Company, una "Young Global Leader" pel Fòrum Econòmic Mundial i forma part de la llista Thinkers50 2016 Radar de pensadors de gestió

de dalt-i-venir. És per això, que probablement, sigui la persona més reconeguda a la qual es vincula el consum col·laboratiu i l'economia col·laborativa. També ha dedicat part de la seva carrera a difondre i promoure el seu treball, és per això que ha realitzat diverses xerrades TED. En una xerrada TED, realitzada al Maig de l'any 2010, a la ciutat australiana de Sidney, Botsman apunta el que entén per prosumidor de forma molt planera i entenedora.

“Me di cuenta de que estamos pasando de ser consumidores pasivos a creadores, a colaboradores muy activos. Lo que está pasando es que Internet está eliminando a los intermediarios y así desde un diseñador de moda hasta una tejedora pueden ganarse la vida vendiendo de igual a igual. Y la fuerza omnipresente de esta revolución de igual a igual significa que el intercambio tiene índices espectaculares. O sea, es increíble pensar que en cada minuto de esta charla se han subido 25 horas de video a YouTube. Lo que es fascinante de estos ejemplos es el modo en que despiertan nuestros instintos primates. Quiero decir, somos monos, nacimos y nos criaron para compartir y cooperar. Y lo hemos estado haciendo desde hace milenios, ya sea cuando cazábamos en manadas o criábamos ganado en cooperativas antes que viniera el gran sistema llamado hiperconsumo y construyéramos vallas para crear nuestros propios mini-feudos.”

- **Organitzacions i institucions: OCU, Ouishare i CNMC**

Més a prop nostre, la OCU, l'Organització de consumidors i usuaris, també s'ha preocupat en donar una cobertura a aquest nou perfil visibilitat per l'economia col·laborativa. És per aquest motiu, que recentment, ha publicat diversos estudis i articles on aborda la temàtica de l'economia col·laborativa o el terme prosumidor. Durant l'any 2015 i inicis del passat 2016, l'activitat en aquest àmbit d'investigació a estat especialment elevada per part de l'organització cristal·litzant el seu treball amb la presentació d'un complet estudi, en col·laboració amb la Universidad Complutense de Madrid i Ouishare. L'estudi porta com a títol:

“Collaboration or Business? Collaborative Consumption: From value for users to a society with values”.

“The collaborative consumption platform brings together a network of suppliers and a network of consumers and aims to match their interests and needs. When a citizen offers a service, he/she adopts the role of a “prosumer” (consumer that produces). When the supplier offering a service or product is a prosumer we can speak of P2P collaborative consumption. However, when the supplier is a professional provider, we’re still dealing with traditional consumption, which falls under the rule of consumer legislation, regardless of whether the channel is a traditional shop or an on-line platform/ website.” (OCU, 2016)

És destacable, com amb aquesta aportació, es fa una distinció entre un prosumidor i un proveïdor professional. Sovint existeix una discussió, en l'àmbit legal, sobre quin és el paper d'aquests nous perfils i quina és la seva ubicació legislativament parlant, ja que en certs casos, aquesta línia és molt difusa i és difícil establir qui és un professional i un prosumidor. Encara no hi ha una legislació clara, hi existeixen perfils que actuant suposadament com a prosumidors, poden arribar a bordejar els marcs legals que els definirien com a un professional però no gaudeixen de moltes de les proteccions i drets legals. Tant les autoritats en l'àmbit mundial com europeu, estan començant legislar sobre el tema en els darrers temps, el cas de Barcelona o la Generalitat són referents a l'Estat Espanyol on la CNMC ja s'ha pronunciat en diverses ocasions i ha realitzat una consulta oberta als ciutadans. Sense dubte, el tema de la regulació és un debat obert en el centre de l'economia col.laborativa. Els exemples més paradigmàtics vénen des de les problemàtiques generades per les grans multinacionals de "l'orbita col.laborativa", Airbnb o UBER. En moltes ocasions, la resposta del sector tradicional al qual afecta la branca de l'economia col.laborativa opta per emparar-se en la legislació vigent i buscar desprestigiar el nou model de negoci. En canvi, en altres casos, la resposta se la contraria, buscar el control o la participació en aquestes empreses. Retornant ara i per tancar la definició del concepte de prosumidor, cal fer menció inexorablement al treball d'Alain Toffler i a la seva teoria de les 3 onades. Toffler va ser el primer autor a fer ús d'aquest terme.

- **Alvin Toffler: The third wave**

Alvin Toffler (Nova York, 3 d'octubre de 1928-Los Angeles 27 de Juny de 2016). Va ser un escriptor estatunidenc reconegut en els àmbits de les discussions acadèmiques relatives

a la revolució digital, tecnològica i de les comunicacions dels segles XX i XXI. Un dels seus treballs més rellevants és el publicat l'any 1980 que duu el nom *The third wave*.

“Por encima de todo, como veremos, la civilización de la tercera ola comienza a cerrar la brecha histórica abierta entre productor y consumidor, dando origen a la economía del “prosumidor” del mañana. Por esta razón, entre muchas otras, podría resultar —con un poco de ayuda inteligente por nuestra parte— la primera civilización verdaderamente humana de toda la Historia conocida.” (Toffler A. , 1980, pág. 10)

L'autor tanca amb aquest paràgraf la part introductòria del seu treball. És el primer cop, que menciona durant l'obra el terme prosumidor. Després hi dedicarà un capítol sencer. Des de la seva visió veu una nova organització de la societat basada en la seva idea de prosumidor. No obstant això, aquesta fase on el prosumidor és el centre de l'economia – la tercera onada- està per arribar. Per aclarir aquest concepte hem de contemplar que l'anàlisi de Toffler gira d'acord amb teories pròpies:

- La seva divisió temporal de l'història econòmica en 3 onades.
- Fragmentació seva de l'economia en el sector A (economia invisible) i el sector B (economia visible).

A continuació, desgranarem amb més detall aquestes teories.

➤ **Les teories de Toffler: Els sectors A i B i les tres onades.**

En aquest subapartat il·lustrarem de forma breu gran part del pensament de Toffler. Tractarem d'explicar de forma resumida dos conceptes fonamentals que copen part del seu assaig i que serveixen per confeccionar la definició de prosumidor. Per fer-ho, ens plantegem la següent pregunta.

¿Com arribar Toffler a lligar el concepte prosumidor en el seu escenari futur? La resposta són els dos punts destacats anteriorment. En primer terme cal parlar sobre la particular visió que té l'autor de l'economia. Divideix aquesta en dos sectors: El Sector A i el Sector B.

“Podremos comprender mejor la tercera ola si concebimos la economía de la primera ola, antes de la revolución industrial, como compuesta de dos sectores. En el sector A, la gente producía para su propio uso. En el sector B producía para el comercio o el intercambio. El sector A era de dimensiones enormes; el sector B era muy reducido. Por tanto, para la mayoría de las personas, producción y consumo se fundían en una sola función sustentadora” (Toffler A. , 1980, pág. 26)

“La segunda ola modificó violentamente esta situación. En lugar de personas de comunidades esencialmente autosuficientes, creó por primera vez en la Historia una situación en que la inmensa mayoría de todos los alimentos, bienes y servicios, estaban destinados a la venta, el trueque o el cambio. Hizo desaparecer virtualmente por completo los bienes producidos para el propio consumo —para uso del productor o de su familia— y creó una civilización en la que casi nadie, ni siquiera el granjero, era ya autosuficiente. Todo el mundo pasó a ser casi totalmente dependiente de los alimentos, bienes o servicios producidos por algún otro.” (Toffler A. , 1980, pág. 27)

“En resumen, el industrialismo rompió la unión de producción y consumo y separó al productor del consumidor. La economía fundida de la primera ola se transformó en la economía dividida de la segunda ola.” (Toffler A. , 1980, pág. 27)

En aquets paràgrafs es sintetitzen i es relacionen de forma elemental les idees principals citades abans.

A continuació, podem plantejar doncs la seva visió futurista que dona Toffler de la tercera onada.

Es interessant com la visió de Toffler es profundament similar la que planteja actualment el panorama de l'economia col.laborativa.

“Hace nada más que diez años, en los Estados Unidos sólo el 30% de todas las herramientas eléctricas eran vendidas a aficionados; el 70% eran para carpinteros y otros profesionales. En el breve lapso de diez años, las cifras se han invertido. Hoy en día, sólo el 30% se vende a profesionales; el 70% son adquiridas

por consumidores que, en número cada vez mayor, practican el “hágalo-usted-mismo”
(Toffler A. , 1980, pág. 175)

Aquest paràgraf, és especialment destacable, ja que ens permet connectar el discurs de l'hiperconsum-prosumidor i el consum col.laboratiu. Aquestes eines elèctriques que descriu Toffler, podrien ser un trepant portàtil, exemple que habitualment fa servir Botsman. Observem com aquest augment del prosumidor que disposa de la seva tecnologia pròpia gràcies al hiperconsum, ja que és evident que un trepant portàtil no és una eina elemental per totes les llars i que es pot compartir perfectament, això deriva en la generació d'un valor subjacent que pot ser utilitzat per algú altre.

“Prácticamente todas las casas tienen una taladradora con el supuesto coste que conlleva en la adquisición y mantenimiento. Por lo general un ciudadano corriente utiliza una taladradora para hacer agujeros en la pared unos 12-13 minutos en toda su vida útil. ¿Tiene sentido entonces comprar una taladradora? o quizás ¿tiene más sentido compartir la taladradora entre varios o cambiarla en Internet por algo diferente cuando dejemos de necesitarla?” (Ouishare)

Així doncs, també podem afirmar, que tal com diu Toffler és necessari un ecosistema capitalista previ per arribar al prosumidor i a la seva tercera onada.

Toffler també apunta en el paràgraf que es mostra sota aquestes línies a una situació que s'està donant actualment, és l'apropiació d'aquesta figura del prosumidor que és capaç de generar activitat econòmica per si sol per extreure valor i plusvàlues d'aquestes relacions entre

pars.

Per exemple, el cas d'Airbnb. ¿És legítim i pot considerar-se economia col.laborativa, una empresa que ofereix el suport per la relació entre pars? ¿Té alguna cosa de col.laboratiu apropiat- sé de la tasca i la generació de valor i imatge que estan produint ciutats i ciutadanes arreu del món? ¿Qui es beneficia més de la imatge d'Airbnb, la mateixa empresa i accionistes o els seus amfitrions? També s'està produint un altre fenomen que és la participació en empreses d'economia col.laborativa per part d'empreses tradicionals. Aquesta situació s'està donant sobretot en els sectors amb més múscul de l'economia col.laborativa com són el del transport o el del turisme. Tractarem en un altre apartat aquests temes amb més profunditat.

“Pero cualquiera que sea su significado para la organización social, representan un cambio básico desde el papel de consumidor pasivo al de prosumidor activo, y, por

consiguiente, poseen también significado económico. Aunque dependientes, en último término, del mercado y todavía interrelacionadas con él, están transfiriendo la actividad desde el sector B de la economía al sector A, desde el sector de intercambio al sector de prosumo. Y este floreciente movimiento no es tampoco la única fuerza de este tipo. Algunas de las corporaciones más ricas y más grandes del mundo están también —por sus propias razones tecnológicas y económicas— acelerando el auge del prosumidor.” (Toffler A. , 1980, pág. 173)

Es demasiado pronto para saber a dónde nos está llevando este sutil pero importante empuje. Ciertamente, el mercado no va a desaparecer. No vamos a volver a las economías anteriores a la aparición del mercado. Lo que he llamado sector B — el sector de intercambio— no va a dejar de existir. Durante mucho tiempo, seguiremos dependiendo del mercado. (Toffler A. , 1980, pág. 178)

Toffler presenta aquí la seva visió d'una societat basada en el prosumidor i des mercantilitzada. Descriu una visió de la societat que podria encaixar perfectament amb el panorama actual de les societats desenvolupades occidentals del Nord.

“No obstante, el incremento del prosumo apunta hacia un cambio fundamental en las relaciones entre el sector A y el sector B, un grupo de relaciones que los economistas de la segunda ola han ignorado virtualmente hasta ahora. Pues el prosumo implica la “desmercantización” de por lo menos ciertas actividades y, por consiguiente, un papel profundamente modificado del mercado en la sociedad. Sugiere una economía del futuro distinta a cuanto hemos conocido, una economía que no está ya inclinada en favor del sector A ni del sector B.” (Toffler A. , 1980, pág. 178)

- **Les dues visions de prosumidor que vislumbra Toffler:**

Toffler preveu dos tipus de prosumidor i fa una distinció entre ells.

“El computador no sólo diseñará el producto que el cliente, sino que seleccionará también los procesos de fabricación a utilizar.... Y puede incluso que introduzca un “control adaptativo” que optimice los distintos procesos con fines a la vez económicos y ambientales. Al final, el consumidor, no simplemente suministrando las especificaciones, sino también oprimiendo el botón que pone en marcha todo este proceso, se convertirá en parte tan importante del proceso de producción como lo era el

obrero de la cadena de montaje en el mundo que ahora agoniza.” (Toffler A. , 1980, pág. 176)

Aquest primer prosumidor és el que podríem catalogar d'un consumidor actiu o exigent que participa en el procés productiu i també l'inicia. Per exemple, actualment, tenim la possibilitat de personalitzar i configurar moltes de les opcions d' un producte que volem adquirir per compra online.

“Muchos de los mismos artilugios electrónicos que utilizaremos en el hogar para trabajar harán también posible producir bienes o servicios para nuestro propio uso. En este sistema, el prosumidor, que dominó en las sociedades de la primera ola, vuelve a constituir el centro de la acción económica, pero sobre una base de alta tecnología, sobre una base de la tercera ola.”.” (Toffler A. , 1980, pág. 177)

Un exemple, seria la infinitat de vídeos que podem trobar a Youtube o qualsevol plataforma que ens ajudi a construir, crear o cuinar alguna cosa. D'aquesta tecnologia podem obtenir el Know-How i produir sostinguts per una sèrie d'elements i eines (electrodomèstics, maquinaria de bricolatge...) que ens faciliten les tasques. En l'actualitat podem trobar iniciatives que tenen un o un altre perfil de prosumidor però fins i tot podem trobar iniciatives que uneixin les dues versions. Una de les iniciatives més representatives i nascuda a Catalunya que uneix aquests dos perfils de prosumidor és "LA TOSTADORA". Aquesta és una empresa d'origen badaloní que ha aconseguit reinventar el procés de fabricació, disseny i distribució de roba a través de la participació de prosumidors que generen una comunitat d'usuaris actius que munten els seus propis negocis de disseny i venda de samarretes, dessuadores, fundes per smartphones entre altres articles.



Il·lustració 1: Imatge extreta de la web oficial de “La Tostadora”

A través del seu lloc web, s'ofereix la possibilitat de crear el teu disseny de samarreta, per exemple, i pujar-ho com a producte disponible. Un altra persona, podrà demanar la seva samarreta i escollir entre diverses opcions de talla i color iniciant així el procés de fabricació únic i exclusiu d'aquella samarreta en particular, dissenyada per un prosumidor que obtindrà un 10% dels beneficis de cada samarreta que ha venut.

MILES DE AUTORES Y ARTISTAS DETRÁS DE NUESTROS DISEÑOS



¿QUIERES VENDER TÚ TAMBIÉN AQUÍ, POR ESPAÑA Y EUROPA?

Accede a más de 290 millones de clientes potenciales en 4 idiomas y 3 monedas desde tu tienda en LaTostadora.
Ejemplos de colectivos: [artistas independientes](#), [Tiendas solidarias](#), [Tiendas variadas](#), [Youtubers](#), [Clubs y peñas](#), etc...
Gratuito, sencillo, rápido... y mayor margen para ti.

Il·lustració 2: Imatge extreta de la web oficial de “La Tostadora”

Després de veure aquest exemple, cal fer un exercici de reflexió i síntesi per extreure les idees del pensament de Toffler, en resum i com a conclusió al discurs de Toffler destaquem com a importants dintre del seu pensament les següents idees.

- En el seu intent de visió i predicció futurista, l'autor veu el prosumidor com aquella persona que habita en una societat on la tecnologia permet que aquesta pugui desenvolupar serveis o generar producció per ella mateixa que abans requerien l'ajut d'un professional o de la compra en un punt de distribució, servint- sé del que ell anomena el corrent del "Hagaló usted mismo", que existeix actualment, més coneguda com a "DIY" (Do it yourself). Per tant, podem establir molts paral·lelismes entre aquesta visió i l'actual present que presenta l'economia col.laborativa.

- Tot aquest concepte l'emmarca en un context de treball i producció autònoma des de la mateixa llar i apunta a una possible expansió i alteració fonamental del mateix mercat. Toffler veu clara una sortida de la relació clàssica de mercat-consumidor, un entorn on gràcies a tecnologies dintre de les mateixes llars i on un gran nombre de la població activa no treballa o ho fa a jornada parcial, els consumidors passaran a produir i autosatisfer les seves necessitats individuals i comunitàries, donant pas a la generació d'un nou agent econòmic, que ja no dependrà tant del mercat i els canals convencionals per cobrir les seves necessitats.

- Finalment, apuntar que no costa identificar paral·lelismes i reconèixer com gairebé descriu la situació actual i futura. En l'actualitat, podem trobar inclús grups de persones que s'han organitzat formant comunitats entorn a FabLabs per generar la seva pròpia producció ajudant-se de noves tecnologies com la impressió 3D.

Es parla de polítiques públiques en contra de l'atur i de les seves altes taxes acompanyades de solucions clàssiques com la possibilitat d'incorporar jornades laborals més reduïdes, juntament amb la distribució efectiva del treball i la creació d'una renda bàsica universal que semblen cada cop més necessàries. És en aquest escenari, cada cop més possible, on Toffler vaticina la normalització del prosumidor.

Com a conclusió final d'aquest apartat:

S'observa que l'economia col.laborativa trenca l'esquema tradicional de consumidor que compra en el mercat capitalista ofereix. Existeix un grau d'empoderament, major o menor, al participar en el procés de producció i de decisió, o inclús portar-ho ell mateix a terme. No obstant això, no sembla trencar del tot amb el sistema capitalista imperant i l'hiperconsum perquè el prosumidor necessita els elements que aquest li proporciona.

2.1.5 Factors creadors

En aquest tram del treball, el nostre objecte d'estudi serà principalment establir les possibles causalitats que han possibilitat l'aparició del fenomen economia col.laborativa. Podríem resumir-les en tres, tal com explica Albert Cañigüeral, fundador del blog ConsumoColaborativo, conector de Ouishare Barcelona i autor del llibre "Vivir mejor con menos", es un dels referents dintre de Catalunya i l'Estat Espanyol a l'hora de parlar de consum col.laboratiu. Cañigüeral observa 3 fonts principals: Internet i la cultura digital, la tecnologia omnipresent i també la crisi econòmica.

“La combinación de cultura digital + tecnología omnipresente + crisis económica ha resultado ser la fórmula perfecta para poner a rodar la economía colaborativa.”
(Cañigüeral, 2014)

- **Crisi econòmica: El col·lapse de la economia capitalista neoliberal**

Retornant a les paraules de Bryan Walsh dins de l'article publicat a la revista TIME.

Even as Bush was announcing its birth though, the ownership society was rotting from the inside out. Its demise began with Napster. The digitalization of music and the ability to share it made owning CDs superfluous. Then Napsterization spread to nearly all other media, and by 2008 the financial architecture that had been built to support all that ownership — the subprime mortgages and the credit-default swaps — had collapsed on top of us. Ownership hadn't made the U.S. vital; it had just about ruined the country.
(Walsh, 2011)

L'autor té clar que hi ha un cataclisme dins de la nostra societat i el seu sistema econòmic. Considera que la societat basada en el crèdit, la propietat, l'especulació i una estructura financera hipertrofiada ha col·lapsat apuntant que hi ha una força capaç de passar de la propietat a l'accés, com és el que anomena la "napsterització". Tanmateix, hi ha veus que afirmen que hi ha hagut una resistència a assumir aquesta nova realitat i a la seva difusió.

“Cuando empezó la crisis yo pensé que las personas y las instituciones iban a ser más proclives a colaborar, como un instinto básico de supervivencia, pero me equivoqué. La tendencia innata más bien fue proteger lo que se tiene, no compartirlo para crear más valor.” (Tamayo, 2016)

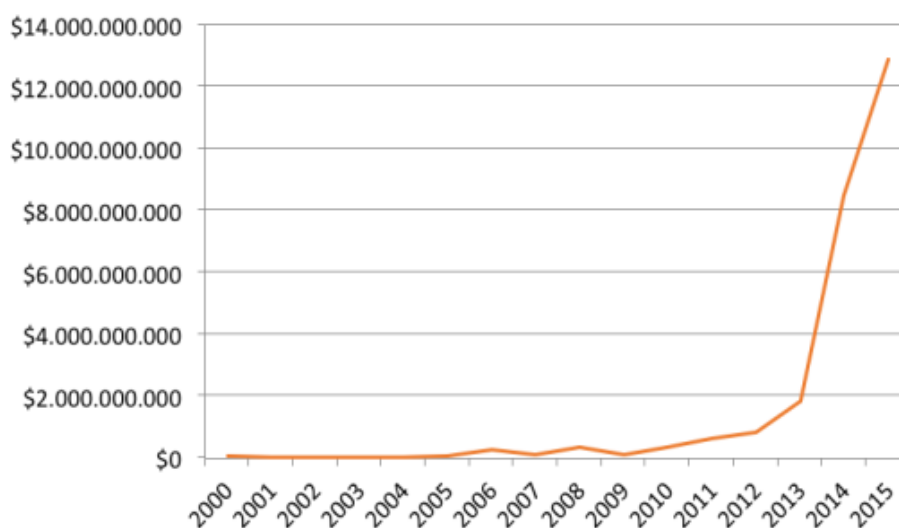
Aquestes són les declaracions que fa Luis Tamayo, sociòleg i expert en anàlisis de tendències professor de IED i del EAE a més de col·laborador d'Ouishare, a una entrevista realitzada per Isabel Benítez, també col·laboradora d'Ouishare i qui signa l'article a "El salmón a contracorriente". Tamayo, es mostra escèptic amb el plantejament general que la crisi secular del capitalisme que explota l'any 2007 amb la caiguda de Lehman Brothers, sigui l'únic factor que ha fet sorgir aquest moviment, inclús recalca una tendència de protegir les nostres possessions. Tot i que després matisa.

“Que nos mueven la precariedad y las dificultades, como la falta de recursos o el desempleo rampante, es innegable. Cuando la crisis argentina acorraló a sus vecinos, el trueque se convirtió en el único sustento de muchos de ellos. Mientras, la Gran Depresión probó ser el caldo de cultivo propicio para el desarrollo de las monedas alternativas. De la misma manera, es posible que las pequeñas empresas no hubieran buscado otras fuentes de financiación si los bancos no hubieran cortado el grifo, y es probable que no hubieran aparecido otro tipo de licencias si los artistas no se hubieran visto en clara desventaja por culpa de las leyes de propiedad intelectual. Al fin y al cabo, quién va a querer preservar aquello que no funciona.” (Tamayo, 2016)

Tamayo ho deixa força clar, és evident que la crisi ha donat peu a molts canvis en les nostres vides i ha fet aflorar noves formes de consum i necessitats de complementar rendes personals a través de qualsevol mitjà. A més, l'econòmic és probablement l'incentiu més potent per a la majoria de persones per iniciar-se en el món de l'economia col·laborativa.

La visió de Cañigueral de com la crisi econòmica ha propiciat el desenvolupament del consum col·laboratiu queda resumida en aquestes línies.

“Por supuesto, la crisis económica ha dado mayor velocidad a los cambios que ya estaban en marcha. Las crisis siempre han empujado a la gente a espabilarse, a agudizar el ingenio, a buscar otros caminos y a aprovechar las oportunidades. Al fin y al cabo, crisis es sinónimo de cambio, de alternativas. En ese sentido, la crisis económica mundial que estalló a finales de 2007 (y sigue en marcha) ha ejercido también de motor del consumo colaborativo. Frente a la reducción de la capacidad adquisitiva de muchas familias e incluso la pérdida de empleo, servicios como Airbnb (para alquilar habitaciones) o BlaBlaCar (para compartir trayectos en coche), han permitido ganar unos ingresos extra muy necesarios o minimizar los gastos.” (Cañigueral, 2014)



Il·lustració 3: Evolució de la inversió anual en plataformes d'economia col.laborativa

Font: CNMC Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa.

Es evident, com podem observar que el creixement es exponencial des de 2009 fins el 2015, on acaba el gràfic. La CNMC, dintre de les conclusions el seu recent estudi; *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*, destaca al respecte:

“La crisis económica desde 2008 en numerosos países implicó un aumento del desempleo y una reducción de la capacidad de compra de los consumidores. Esto ha resultado en la necesidad de ahorro por parte de los consumidores y en la búsqueda de nuevas vías para la obtención de recursos adicionales y acceso a los bienes y servicios. El mejor

aprovechamiento de sus activos ociosos, sin descartar la obtención de una renta adicional, son dos necesidades que atiende la economía colaborativa. Al mismo tiempo, el contexto de racionamiento del crédito ha podido influir en que los consumidores pasen a disfrutar de ciertos bienes en régimen de acceso y no de propiedad.” (CNMC, 2016, pág. 31)

- **Tecnología omnipresent: Disrupció d’Internet i l’extensió del nou hardware.**

Dedicarem un espai dintre d’aquest treball a un dels elements imprescindibles per comprendre l’economia col.laborativa. La importància que té la tecnologia que la possibilita. És aquesta la que realment permet accedir a les possibilitats de l’economia col.laborativa. Des de *Economistas frente a la crisis* categoritzen aquest factor com transversal.

“El factor transversal a todos estos epígrafes es precisamente la construcción de inmensas bases de datos que se gestionan de forma colectiva e interactiva y que se pueden compartir y actualizar en tiempo real por los usuarios, gracias a la velocidad de la comunicación de internet, y a los sistemas de almacenaje y gestión de datos. (Alegre, 2014)

Joaco Alegre a *Economistas frente a la crisis*, apunta i descriu la nostra realitat dintre de l’economia col.laborativa. És fàcil adonar-se, que en els darrers quinze anys hem participat en una autèntica revolució tecnològica. El capitalisme ha impulsat un profund desenvolupament tecnològic que ha generat una sèrie d’efectes en les nostres vides i maneres de relacionar-nos. L’economia col.laborativa, aprofita aquest entramat gràcies a Internet i tot el que genera.

“En este aspecto nos acerca a una concepción del ser humano como insecto social, que por primera vez comparte una superestructura de datos/información/conocimiento transmisible y utilizable por todos los individuos. Una suerte de inteligencia colectiva. A esto lo llamamos mesh (malla) o red (red social). Y cada usuario constituye un nodo (nudo) de la red, de múltiples redes superpuestas. Como una red neuronal.” (Alegre, 2014)

L'autor té una concepció de la societat com a nòduls aïllats que generen informació i dades. Aquesta visió connecta amb la visió de Lisa Gansky, autora de *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing* (Portfolio/Penguin, Fall 2010) i tot un referent en el relatiu a l'observació, plantejament i construcció d'una definició per aquesta nova estructura social i impulsora del concepte “*sharing economy*”, terme que va començar a divulgar coetàniament amb Rachel Botsman i Roo Rogers.

La visió de societat i economia hiperconnectada es pot resumir en aquestes declaracions pronunciades a una xerrada TED sobre el seu concepte “*The Mesh*” (La malla) on desgrana els factors que considera els que han fet possible l'arribada de les societats del primer món fins aquests nous escenaris.

“Y cuando pienso en la malla y en lo que la hace posible, me pregunto por qué es que sucede ahora, creo que hay una cantidad de factores que quiero presentar como base. Uno es la recesión, la cual nos ha obligado a re-pensar nuestra relación con las cosas en nuestra vida, a relacionar el valor con el costo real. Segundo, el crecimiento poblacional y la densidad de las ciudades. Más gente, espacios más reducidos, menos cosas. Cambio climático. Intentamos reducir el estrés en nuestra vida personal y nuestra comunidad y en el planeta. También, ha surgido esta reciente desconfianza en las grandes empresas globales dentro de varias industrias. Y eso ha creado una apertura. Y por último ahora estamos mucho más conectados con la gente del planeta que nunca antes, a menos que esa persona ya estaba sentada a tu lado.” (Gansky, 2011)

Gansky després d'analitzar factors més conjunturals com la crisi sistèmica es centra en el paper de les infraestructures tecnològiques.

“Lo otro que quiero mencionar es que hemos hecho una gran inversión a lo largo de décadas en la que hemos puesto decenas de miles de millones de dólares, que hoy son nuestra herencia. Es la infraestructura física la que nos permite ir de A a B y transportar cosas. Son también la web y la comunicación móvil las que nos permiten estar conectados y crear toda forma de plataformas y sistemas. Y la inversión en esa tecnología y esa infraestructura constituye verdaderamente nuestra herencia. Nos permite ser partícipes de maneras nuevas e interesantes .” (Gansky, 2011)

La comunicació mòbil de la qual parla Gansky, és la conquesta de l'ús de dispositius mòbils, tablets o smartphones, ha augmentat de forma exponencial el nombre d'aparells

enxarxats i el nombre d'hores que podem tenir accés a la xarxa, ja que ens permet estar connectats en qualsevol moment i lloc. La CNMC també destaca aquest factor tecnològic.

“El desarrollo de nuevas tecnologías digitales, unido a la creciente difusión del teléfono móvil con capacidad de transmisión de datos y otras innovaciones disruptivas como la geolocalización o los pagos por móvil, ha reducido de manera considerable los costes de búsqueda, información y transacción. Estas innovaciones tecnológicas posibilitan el acceso a través de las plataformas a productos y servicios ofrecidos por estos nuevos modelos desde prácticamente cualquier lugar y en cualquier momento.” (CNMC, 2016)

Aquesta “Malla” juntament amb un altre element que no apunta Gansky, en aquesta intervenció, la confiança, com a continuació analitzarem, les claus que fan possible el desenvolupament i funcionament de l'economia col.laborativa i l'adquisició d'aquesta nova escalabilitat que es inherent al terme economia col.laborativa.

Com a conclusió, la xarxa i la connectivitat és un element essencial per entendre el que és l'economia col.laborativa. Ha actuat com un element capaç d'habilitar multitud de noves formes de relació; compra, intercanvi, préstec, lloguer entre altres. És el medi sobre el qual es mou l'economia col.laborativa. L'extensió de l'ús de la xarxa ha obert infinitats de possibilitats que abans no estaven al nostre abast o els costos de transacció i d'informació les feien inviables. De fet, podríem arribar fins i tot amb una mirada reduccionista a considerar que aquestes noves possibilitats que s'obren a l'afegir la connectivitat a les nostres vides i les nostres economies són les veritables generadores de l'economia col.laborativa. Però l'economia col.laborativa és ja i pot arribar a ser molt més com veurem a la part final del treball.

- **Cultura digital.**

Per participar i interactuar en aquest nou ecosistema digital que proposa l'economia col.laborativa calen unes certes habilitats i coneixements de l'ús de tecnologies o de les condicions bàsiques de funcionament d'Internet. És el que podem entendre com a cultura digital. Aquesta cultura digital és un dels aspectes sociològics que es comú a les persones que s'adhereixen a l'economia col.laborativa. Cañigueral sintetitza de forma breu i concisa el perfil que participa dintre del consum col.laboratiu en les següents línies.

Cañigüeral apunta que l'economia col.laborativa a l'igual que l'adopció d'Internet ve liderada pels estrats més joves dintre de la població. Ell parla de "Jovenes urbanos" i veu com a un dels reptes de l'economia col.laborativa la possibilitat d'arribar a altres franges d'edat, en qualsevol cas d'entrada, aquestes habilitats digitals semblen una barrera dintre de la demografia del consum col.laboratiu.

L'OCDE, parla de la figura del natiu digital en el seu informe publicat el 2015: Science, Technology and Industry Scoreboard 2015 Innovation for growth and society. En un dels apartats d'aquest complet estudi es presenta gràfic dels seus membres que hem decidit retallar voluntàriament per tal de no sobrecarregar d'informació.

“Se trata en una mayoría de gente de clase media, o media alta, con un avanzado nivel de cultura digital, capaz de realizar el análisis de coste/beneficio y capaz de generar y dar confianza a desconocidos. De hecho, atraer a gente de otros segmentos de población es uno de los mayores retos a los que se enfrentan los proyectos de consumo colaborativo. Es habitual que los cambios culturales se vean liderados por «jóvenes urbanos» antes de extenderse a la población en general. Pensad en el proceso de adopción de internet, por ejemplo. El consumo colaborativo sigue un patrón similar. Algo más de la mitad de los usuarios de BlaBlaCar, Carpooling y Airbnb se sitúan por debajo de los cuarenta años, aunque si se investiga en detalle, uno encuentra usuarios de todas las edades. En general, hay un número similar de hombres y de mujeres.” (Cañigüeral, 2014, pág. 53)

Age of first access to the Internet, 2012

As a percentage of 15 year-old students



Il·lustració 4: Font: OCDE. Gràfic extret de l'informe Science, technology and industry scoreboard 2015

Al gràfic anterior, podem observar com l'Estat Espanyol, se situava lleugerament per sobre de la mitjana de l'OCDE. La conclusió més important que podem extreure és que dintre de l'entorn de l'OCDE gairebé un 60% dels infants entre el zero i els nou anys han accedit per primera vegada a internet. A partir dels tretze anys aquest percentatge puja gairebé fins al 100%.

Aquestes dades semblen aventurar un creixement estructural i exponencial en la població considerada nativa digital en el futur pròxim. Així doncs sembla que l'economia col.laborativa podria nodrir-se d'aquests potencials participants en els pròxims anys.

2.1.6 Els beneficis de l'economia col.laborativa

En els apartats anteriors, ja hem observat quins són els elements, el context econòmic, tecnològic i social que permet el sorgiment d'aquest moviment que coneixem com a economia col.laborativa. En el present apartat parlarem dels beneficis que aquesta promet

i que serveixen com a incentiu per atraure a nous participants i continuar el seu creixement exponencial.

Per introduir aquest epígraf, reconnectar amb el fil conductor de tota aquesta primera part, l'article de Walsh a la revista TIME, començarem a endinsar-nos a l'estudi dels diversos beneficis per mitjà d'aquest fragment del citat article on els podem identificar.

“There's a green element here, of course: sharing and renting more stuff means producing and wasting less stuff, which is good for the planet and even better for one's self-image. And renting a power drill via SnapGoods for the one day you need it is a lot cheaper than buying it. It's a perfect fit for an urban lifestyle in which you have lots of neighbors and little storage.”

“But the real benefit of collaborative consumption turns out to be social. In an era when families are scattered and we may not know the people down the street, sharing things — even with strangers we've just met online — allows us to make meaningful connections.”

“We yearn to trust and be trusted — one researcher has found that people get a spike of the pleasant neurotransmitter oxytocin when they're entrusted with another's goods. That's the beauty of a sharing society — and perhaps the reason it might prove more lasting than one built on ownership.” (Walsh, 2011)

Així doncs, segons Walsh, podem considerar pressuposats aquests beneficis com a inherents dintre de l'economia col.laborativa. De la lectura d'aquestes paraules podem extreure 3 categories de beneficis. Beneficis ecològics, beneficis econòmics i beneficis socials. A continuació, parlarem amb més profunditat de cada un d'ells.

- **Beneficis ecològics**

El nostre planeta s'enfronta a grans alteracions per l'acció de l'home que actualment estan destruint ecosistemes, augmentant l'impacte de la petjada ecològica, contaminant i omplint de residus les nostres ciutats o aniquilant i fent desaparèixer espècies a un ritme accelerat. La temperatura del planeta augmenta cada cop més i sembla que el desgel de les grans masses polars àrtiques és cada cop més una realitat irreversible. Tots aquests efectes col·laterals són produïts per l'acció de l'home i del sistema capitalista que extreu elements naturals i gestiona l'ecosistema natural planetari com el seu propi feu.

“La quema de petróleo, carbón y gas natural ha causado un aumento del CO₂ en la atmósfera que últimamente es de 1,4 ppm al año y produce el consiguiente aumento de la temperatura. Se estima que desde que el hombre mide la temperatura hace unos 150 años (siempre dentro de la época industrial) esta ha aumentado 0,5 °C y se prevé un aumento de 1 °C en el 2020 y de 2 °C en el 2050.”

“En los océanos, este cambio ha sido de aproximadamente tan solo 0,1 °C. Este calentamiento se ha producido desde la superficie hasta una profundidad de alrededor de 700 metros, donde habita la mayoría de la fauna y flora marinas.”

Yayo herrera, coordinadora del Àrea de Conocimiento en Red del Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental de la Fundació General de la Universidad Complutense de Madrid, professora tutora del curs de postgrau Educación, Medio Ambiente y Globalización (Cátedra Unesco de Educación Ambiental, UNED), Coordinadora estatal de Ecologistas en Acción i membre del consell de redacció de la revista Ecologista editada per Ecologistas en Acción reflexiona sobre aquesta situació a una xerrada emmarcada dintre del “Curs de Decreixement” promogut per ATTAC Catalunya.

“De alguna manera el trío energía, consumo, capitalismo no se puede separar si queremos entender como hemos llegado a esta situación de translimitación y no se puede separar si queremos abordar un proceso que permita un aterrizaje forzoso en la tierra en condiciones decentes para las personas”

“Desde que en los años 70 se publicó el informe de los límites al crecimiento en el año 1972 por parte del Club de Roma, i en este informe se advertía de la inviabilidad de un consumo permanente de la población y de sus consumos en un planeta que tenía límites físicos, hemos vivido precisamente el momento de mayor crecimiento y de mayor presión sobre la naturaleza. En los años 80, es cuando se supera el punto de translimitación de la tierra, por lo tanto, cuando hablamos de decrecimiento, estamos hablando de forma clara del decrecimiento de la esfera material de la economía.” (Herrera, 2017)

L'economia col.laborativa aborda frontalment, en molts casos, el problema de les dinàmiques hiperconsumistes, és evident, que quan compartim cotxe amb Blablacar per anar a un festival de música o utilitzem Bicing per moure'ns per Barcelona reduïm les nostres emissions de CO₂. En l'àmbit més material, les ja conegudes 4 Rs (Reducir,

Reutilitzar, Reparar i Reciclar) el consum col.laboratiu i afegeix la cinquena R de Redistribuir.

“Roo Rogers, mi coautor y yo, hemos reunido miles de ejemplos de consumo colaborativo de todo el mundo. Y aunque difieren enormemente en escala, madurez y propósito, cuando los analizamos de lleno nos dimos cuenta que podían organizarse en 3 claros sistemas. El primero es los mercados de redistribución. Los mercados de redistribución, como Swaptree, se dan cuando se toma un artículo usado, que tenía dueño, y pasa de un lugar donde no es necesario a otro lugar, o a alguien, donde sí lo es. Se conocen cada vez más como las cinco 'R': reducir, reusar, reciclar, reparar, y redistribuir; porque estiran el ciclo de vida de un producto y por ende reducen el derroche.” (Botsman, 2010)

Així doncs, sembla evident que tot i no ser una solució definitiva, l'impacte de redistribuir objectes de segona mà, fins i tot reproduint lògiques capitalistes, pot ajudar a mitigar l'asfíxia constant a la que estem sotmetent l'únic planeta en el qual podem viure si s'encara aquesta de forma correcta i no sucumbeix a l'apropiació de l'hegemonia de la lògica hiperconsumista del capitalisme. Per exemplificar, el que ressaltar amb reproduir lògiques capitalistes i sucumbir a l'apropiació de l'hegemonia de la lògica del capital, faré ús d'un exemple. Durant el passat any 2016 s'ha popularitzat una aplicació de compra i venda de productes de roba gràcies a un popular anunci de televisió que es pot incloure dintre del paraigua de l'economia col.laborativa, Chicfy. A l'aplicació i al lloc web, trobem els seus elements característics, com són l'ús de la tecnologia o Internet per obrir espais d'intercanvi i connectar a pars que no existien abans, en aquest cas concret profundament mercantilitzats, o la figura de prosumidores que ofereixen les seves peces de roba que ja no utilitzen o no han utilitzat mai tot i comprar-les. Si ens introduïm en el món de l'aplicació, observarem la venda de roba de segona mà majoritàriament, però veiem un clima dominat per la imatge de les grans marques, articles de luxe o que marquen tendència i no s'observa cap indicatiu de reparar en aquesta lògica d'hiperconsumir que descriu Lipovetsky, de fet és un mercat generat per persones que vol treure profit de compres que no han utilitzat o han fet un ús poc intens d'elles. Podríem concloure com a mínim qüestionant el grau d'impacte ecològic que iniciatives com Chicfy que segueixen una línia i un discurs gens alienat amb valors ecològics poden tenir. Emmarcades dins un context capitalista, es cert, que hi ha un efecte redistributiu

innegable, però les lògiques de consum en aquests mercats de segona mà semblen anar en conseqüència amb l'anàlisi de la societat hiperconsumista de Lipovetsky, i per tant, sense un consum reflexiu en les persones que utilitzen plataformes com Chicfy, aquestes poden servir com incentiu, podria incentivar un consum encara més exacerbat, ja que les prosumidores que considerin que s'han equivocat en la seva compra podran sense problemes recuperar com a mínim part del seu malbaratament de recursos. Aquesta es la tesis que reforça Lietaert, quan parla d'una "seudosolución al consumismo". Citant a Filka Sekulova, investigadora a la xarxa Research & Degrowth.

“Gracias a la economía colaborativa, el individuo incluso podría acceder a más, y todavía más barato. La economía col.laborativa podría, por lo tanto, aumentar el impacto del consumo individual en lugar de reducirlo” (Lietaert, 2017, pág. 123)

Lietaert conclou; “Para evitar que esta nueva economía tenga un efecto devastador sobre nuestro medio ambiente, es primordial que se despliegue un marco legal que favorezca la preservación de los bienes comunes.” (Lietaert, 2017, pág. 124)

A continuació, s'adjunten dues imatges que serveixen per il·lustrar la nostra crítica cap aquesta manera de generar economia col.laborativa.



Il·lustració 5: Retall de la pàgina principal del portal web de CHICFY



Il·lustració 6: Retall d’anunci publicat a la plataforma CHICFY

Com a conclusió final, apuntar que tot i que és innegable el potencial reductor de l'impacte sobre el nostre medi ambient de l'economia col.laborativa, cal revisar certs models que semblen profundament dominats per ideals pròpiament capitalistes, com són les lògiques hiperconsumistes o la reproducció de models normatius que constantment veiem en la publicitat de les marques comercials del nostre entorn quotidià. Per últim, considerem que no només hem de generar aplicacions o iniciatives reflexives amb les dinàmiques mediambientals o de consum si volem generar impactes positius en el nostre medi ambient, si no que cal també fomentar un discurs conscient amb una mirada hipercrítica que sigui compartit i portat a la pràctica per les persones que participin i prenguin part en les comunitats generades per aquestes aplicacions per tal d'aconseguir els beneficis desitjats.

- **Beneficis econòmics**

Una de les principals motivacions per entrar a formar part de l'economia col.laborativa és el benefici econòmic que podem extreure d'aquella activitat, sigui estalviar costos o augmentar ingressos personals o domèstics.

Compartir viatge amb Blablacar, accedir a contingut de cursos MOOC a través de Coursera, finançar el teu nou projecte a través d'una plataforma de Crowdfunding com Goteo, viatjar allotjant amb local de forma gratuïta utilitzant la comunitat Couchsurfing són exemples de plataformes que d'alguna manera generen als seus participants un estalvi o un redit econòmic.

També que important considerar que dintre d'aquest fenomen no només trobem perfils ocasionals a les plataformes d'economia col.laborativa. Dintre de tot l'ecosistema han aparegut persones que han arribat a fer d'alguna activitat d'economia col.laborativa la seva principal font d'ingressos. Parlem de perfils professionals que exerceixen com a conductors, d'Uber o Cabify en l'àmbit del transport de persones urbà.



"Siempre había querido trabajar por mi cuenta. Uber ha llegado en el momento ideal".

Liz, Bogotá

Sácale el máximo partido a tu vehículo

Disfruta de ingresos estables conduciendo para los clientes de las mejores empresas del mundo.

- Más ingresos**
Rentabiliza el tiempo muerto de tu vehículo de forma fácil y segura.
- Elige tu conductor**
Inscríbete o tu propio conductor, conduce tú mismo o deja que nosotros nos encarguemos de todo.
- Gestión online**
Te damos las herramientas para administrar tus vehículos y tus ingresos.

Il·lustració 7: Imatges extretes dels llocs web d'Uber i Cabify

També existeix un ampli ventall d'aplicacions en l'àmbit de les micro tasques. Aquestes consisteixen en la resolució sota demanda de petites feines o treballs principalment, dintre de l'àmbit domèstic. Alguns exemples d'aplicacions són Etece, TaskRabbit o Guudjob .

Desmontaje y retirada armario [sin fecha concreta de realización]

Se solicita presupuesto para desmontar y retirar un armario empotrado de 3metros largo por 270 de ancho de mi domicilio Explicación del solucionador Buenos días Rita, te cobraría 50 euros por ello, si estas interesada, no dudes en ponerte en contacto conmigo y pondremos solución.

Presupuesto | Manitas - Barcelona

Il·lustració 8: Imatge extreta del lloc web Etece.es

Com a contrapunt, cal destacar que en alguns casos aquests incentius econòmics a priori emancipadors comporten una tendència negativa cap a la sobreexplotació del valor subjacent o la desprotecció en l'àmbit laboral que paradoxalment poden acabar provocant efectes col·laterals negatius. Aquest podria ser el cas d'Airbnb, o com veurem més endavant amb l'anàlisi de Scholz o Slee d'Uber o Amazon Mechanical Turk.

- **El lloguer vacacional P2P a Barcelona**

Una de les ramificacions del consum col·laboratiu que més a posat en l'eix del debat aquests efectes col·laterals és el turisme col·laboratiu i més concretament les plataformes de lloguer temporal P2P que tenen com a figura icònica l'empresa Airbnb. El creixement exponencial que ha tingut a escala d'usuaris, en els darrers anys ha generat l'augment indiscriminat de places turístiques i ha propiciat grans concentracions d'elles en barris que no estan preparats per poder absorbir l'impacte del turisme en moltes de les principals destinacions turístiques del món. Aquest consegüent augment de les places turístiques ha saturat i ha generat grans modificacions dels preus en el parc immobiliari de la ciutat reforçant així forts processos de gentrificació i de destrucció del teixit social i veïnals dels barris. El cas més proper, és el que pateix la ciutat de Barcelona. L'ajuntament de Barcelona, va publicar el setembre del passat any 2016, un informe que abordava aquesta problemàtica dintre del marc de la diagnosi per a l'elaboració del Pla estratègic de Turisme de Barcelona. L'informe que duu com a títol, "Impacte del lloguer vocacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona" i està signat per Jordi Duatis, Maria Buhigas i Helena Cruz, estudia en un dels seus apartats arriba a conclusions que recolzen aquesta argumentació dintre de la ciutat de Barcelona.

“El creixement del sector turístic i els canvis en els patrons de comportament del turista han fet sorgir noves formes d'allotjament turístic. Una nova oferta que ocupa espais fins ara associats exclusivament a l'habitatge o residència permanent: els habitatges d'ús turístic (HUTs). Es tracta d'una tipologia que era pròpia de les destinacions de sol i platja i molt estacional i que s'ha estès en els darrers anys a les àrees urbanes.” (Duatis, Maria Buhigas, & Helena Cruz, 2016, pág. 60)

“La localització d'aquesta nova oferta d'allotjament turístic mostra un elevat grau de concentració territorial que ve a reforçar els factors de centralitat i d'atractiu turístic. A

Barcelona la localització territorial dels HUTs conformen una taca grossa al voltant del centre històric, amb matisos quan es mira i analitza de més a prop.” (Duartis, Maria Buhigas , & Helena Cruz, 2016, pág. 61)

L’informe conclou de forma inqüestionable model d’allotjament turístic té conseqüències negatives:

“En els barris on la rendibilitat del model d’allotjament turístic és més elevada, es produeix una retirada dels habitatges del mercat de lloguer convencional per destinar-los a l’allotjament turístic. Aquest fet provoca una reducció del parc d’oferta de lloguer, sobre un mercat que ja de per sí mateix és escàs.” (Duartis, Maria Buhigas , & Helena Cruz, 2016, pág. 62)

“La manca d’oferta d’habitatges en règim de lloguer contrasta amb una millora de la demanda, fet que explica la forta puja dels preus del lloguer d’habitatge que s’ha produït recentment a Barcelona.” (Duartis, Maria Buhigas , & Helena Cruz, 2016, pág. 63)

Des del lloc web Gentrificity, és també es dediquen a denunciar aquesta situació a la ciutat comtal. En ell hi ha una sèrie d'articles destinats a temes com la relació turístificació i gentrificació o la crítica a les pràctiques que Airbnb fomenta.

Alan Quaglieri Domínguez, investigador a la Universitat Rovira i Virgili, professor d'Ostelea i especialista en l'estudi de la plataforma Airbnb comenta en el seu article publicat a Gentrificity que duu com a títol; *Airbnb y el mercado. Un pez que se muerde la cola, el següent plantejament.*

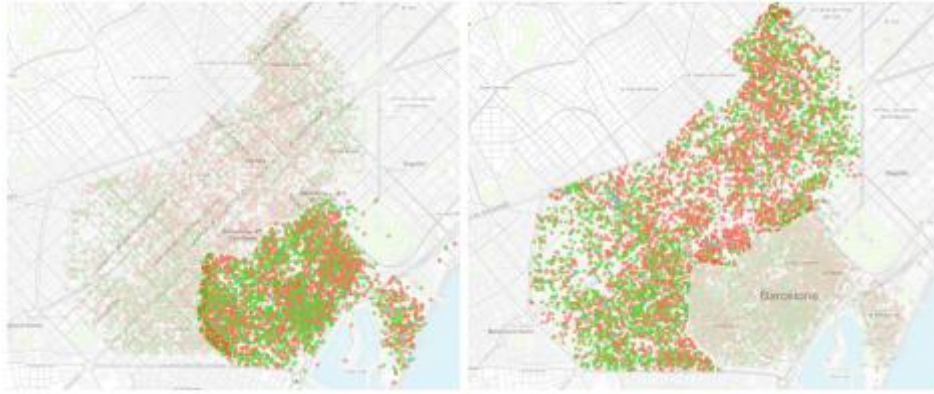
“En estos últimos días he tenido dos ocasiones para confirmar cómo la retórica “colaborativa” ha calado en la opinión pública y cómo resulta necesario enfrentarse antes que nada a la cuestión terminológica para poder abordar el tema de los pisos turísticos.”

Com a Quaglieri, qüestiona d'entrada la dimensió "col.laborativa" d'aquesta plataforma i sobre l'ús i el rol que aporta aquest terme a les grans iniciatives de l'economia col.laborativa, anomena a aquesta condició "la retòrica col.laborativa". Quagliari continua també desacreditant la idea d'una comunitat i afirma que; *solo hay el mercado y sus lógicas competitivas.*

“Por mucha creatividad que se tenga resulta difícil describir los servicios ofrecidos a través de Airbnb como colaborativos. Por lo tanto, resulta hasta cierto punto sorprendente – incluso en la época de la posverdad – ver cómo esta retórica ha sido asumida, de forma acrítica, también por los grandes medios de comunicación, entre ellos los periódicos económicos más acreditados, y por una buena parte de la clase política a nivel internacional. A la cesión temporal a título lucrativo de un bien, se le ha llamado toda la vida de Dios “alquiler “. Un término menos sexy pero seguramente más adherente a la natura del servicio que se ofrece en esta plataforma y que, además, desvela claramente la relación asimétrica entre usuarios. El denominado anfitrión y el turista no son “pares”. Entre ellos, además de la fundamental intermediación de la empresa Airbnb Ireland UC, no hay colaboración, codivisión, ni dinámicas “comunitarias”: solo hay el mercado y sus lógicas competitivas.” (Domínguez, 2017)

A més, Quagliari denuncia i defensa que no existeixen els efectes promesos segons les plataformes, entre ells la descentralització de les zones turístiques que generaria una descongestió de les zones més freqüentades per turistes.

“A pesar de la presunta descentralización que Airbnb y sus defensores prometen, la distribución espacial de la “comunidad anfitriona” no difiere significativamente de la oferta convencional y regulada. De acuerdo a los datos que nos proporciona la plataforma insideairbnb.com, podemos claramente identificar el baricentro de la oferta entre Ciutat Vella y el Eixample, dos distritos que concentran un 23%, aproximadamente, de la población residente, mientras que aglutinan el 56% de la oferta Airbnb y el 55% del número de plazas hoteleras. Por su parte, los tres distritos de Horta, San Adreu y Nou Barris, con una población de casi medio millón de personas – 30% del total – presentan poco más de mil anuncios, o sea el 6% del total.” (Domínguez, 2017)



Il·lustració 9 Presència d'Airbnb a Barcelona (Ciutat Vella i Eixample) Font: Alan Quaglieri Domínguez

En una altra entrada de la web trobem una entrevista a Agustí Colom. Agustí Colom Cabau (Barcelona, 1961) és regidor de Turisme de Barcelona i Regidor del Districte de les Corts.

“Cuando el turismo se concentra en zonas como Ciutat Vella, Poble Sec, Eixample o Sant Antoni, sobre todo en las zonas más populares, obviamente tiene un efecto gentrificador. La diferencia de rentabilidad que puede ofrecer un alquiler turístico respecto al alquiler habitual y una ley de períodos cortos de alquiler, permite que el propietario pueda ejercer su capacidad de presión y aumente de forma sustancial en el momento de renovar el contrato. Por tanto, en estos espacios es evidente que el turismo tiene un papel gentrificador.” (Colom, 2017)

A l'estudi, *“Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos* (Febrer, 2016) signat per Agustín Cocola Gant.

Cocola diagnostica dos tipus de desplaçaments propiciats per l'acció de l'indústria hotelera i el lloguer de apartaments turístics al Gòtic. El desplaçament directe i el desplaçament per exclusió.

“El desplazamiento directo también afecta a inquilinos que son desalojados para abrir apartamentos turísticos. En el caso de inquilinos con nuevos contratos, en algunas ocasiones son compensados económicamente si aceptan abandonar el apartamento. En otros casos la propiedad simplemente no renueva el contrato.” (Gant, 2016, pág. 25)

“Desplazamiento por exclusión ocurre cuando cualquier persona no puede acceder a una vivienda. Por un lado, debido al fenómeno de los apartamentos turísticos, cientos de propietarios ya no se plantean alquilar a vecinos. Una propietaria a la que entrevisté afirma, por ejemplo, que gana 3.000 euros al mes por un apartamento de dos dormitorios, mientras que el inquilino que tenía antes pagaba 600 euros. Junto con el impacto de los hoteles, hemos visto que unos 2.300 apartamentos han sido sustraídos del mercado de la vivienda, lo que supone el 35% de las viviendas que actualmente están habitadas en el Gòtic. Por otro lado, esto último intensifica el incremento de los precios del alquiler..”
(Gant, 2016, pág. 26)

Com a conclusió, d'aquest punt del treball i d'aquest subapartat:

- Apuntar que considero que tot model té els seus límits i que cal balancejar de forma conjunta quin és el desitjable per al conjunt de les nostres societats. Sembla plausible contemplar la possibilitat, que sense una reflexió sobre quin és el model d'economia col.laborativa que necessitem, protegint sobretot als prosumidor i les persones que conviuen a l'entorn i evitant entrar en dinàmiques especulatives o sobre dimensionats de l'impacte desitjat en l'economia continuarem assistint a efectes perjudicials no desitjats.
- Una de les respostes pot ser la regulació, sempre hi quan aquesta no acabi donant un marc legal a multinacionals, com Airbnb per continuar generant aquests danys col·laterals.

- Beneficis socials

La narrativa de l'economia col.laborativa encara afegeix un benefici més a la seva llista. El benefici social i comunitari. Aquest el podem obtenir gràcies al contacte amb altres persones que igual que nosaltres, utilitzem plataformes P2P o participen en altres ramificacions de l'economia col.laborativa. Walsh defensa aquesta tesi i afirma que aquest és el benefici que considera més important.

“But the real benefit of collaborative consumption turns out to be social. In an era when families are scattered and we may not know the people down the street, sharing things — even with strangers we've just met online — allows us to make meaningful connections. Peer-to-peer sharing "involves the re-emergence of community," says Rachel Botsman,

co-author of What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. "This works because people can trust each other."

We yearn to trust and be trusted — one researcher has found that people get a spike of the pleasant neurotransmitter oxytocin when they're entrusted with another's goods. That's the beauty of a sharing society — and perhaps the reason it might prove more lasting than one built on ownership.” (Walsh, 2011)

A la cita de Walsh, Botsman parla de confiança com a clau que possibilitarà d'aquestes relacions peer to peer. Sembla inevitable pensar que sense un grau de confiança suficient en l'altra persona no podríem establir cap relació. Aquest problema es resol mitjançant un sistema de reputació. Aquests sistemes es basen principalment en la valoració d'altres usuaris de la plataforma que ja han decidit en el passat interactuar amb l'usuari al qual valoren. L'acumulació d'aquestes valoracions generen una reputació virtual i en línia que aconsegueix reflectir la imatge, l'actitud o la qualitat del servei que ofereix aquesta persona.

Normalment, els citats sistemes admeten una puntuació o valoració i comentaris de l'experiència. La plataforma és de fet la primera interessada a propiciar aquest sistema, ja que obtindrà més transaccions o relacions si hi ha un clima de confiança i una comunitat desenvolupada i participativa que interactuï de forma directa i lliure amb la plataforma generant una informació que facilita la confiança en aquesta per a l'usuari nouvingut. És imprescindible tornar a citar a Botsman quan parlem de generació de reputació online. És el seu principal objecte d'estudi i continua la seva tasca de difusió del consum col·laboració participant en xerrades TED com la que va donar l'any 2012 sota el títol *“La nueva moneda es la confianza”*

“Es una economía y una cultura llamada consumo colaborativo, donde personas como Sebastian pueden volverse microempresarios. Ofrece incentivos para ganar y ahorrar dinero de los bienes con los que cuentan actualmente. Pero la verdadera magia y la fuente secreta detrás de los mercados de consumo colaborativo como Airbnb no es el inventario o el dinero. Es el uso del poder de la tecnología para generar confianza entre desconocidos.” (Botsman, La nueva moneda es la confianza , 2012)

Botsman explica a la xerrada completa com Sebastian Sandys, un amfitrió d'Airbnb amb residència a París, ha pogut acollir a més d'una cinquantena de persones a casa seva i que

a més ha aconseguit generar una certa amistat, tant és així, que explica a Botsman que quan van succeir una sèrie de disturbis al seu barri i apareixia la seva casa a la televisió va rebre missatges d'antics hostes preocupant-se per la seva situació. Segons Walsh i Botsman és cert que el consum col.laboratiu, és capaç de generar una reputació i fins i tot d'ampliar el nostre cercle social o d'amistats. És indiscutible que l'intercanvi i les activitats entre parells, generen un contacte social i poden arribar a generar vincles emocionals.

Tanmateix, hi ha iniciatives on sembla més important que d'altres el pes d'aquest benefici, com per exemple a Couchsurfing on una persona de forma desinteressada accedeix a acollir-te a quasi a convida i viure experiències amb tu, també en l'àmbit del turisme col.laboratiu trobem iniciatives com Comparte la ruta on viatgers d'arreu del món connecten entre si durant la seva travessia o que fins i tot, estan encarades cap al propòsit de socialitzar i compartir aficions, com Gruppit o Meetup on es poden trobar grups de persones per assistir a concerts o anar d'excursió per la muntanya. En qualsevol cas, el benefici social, és un aspecte difícil de mesurar, ja que dependrà molt de l'activitat i la iniciativa de les persones que hi participin.

Abans de concloure aquest apartat hem de destacar un aspecte que no ressalta tant el discurs de Botsman o Walsh. La capitalització de la reputació. Les plataformes d'economia col.laborativa augmenten també la seva reputació gràcies al treball de totes les persones que hi participen i això fa augmentar inevitablement la seva imatge corporativa que es podrà traduir després en beneficis econòmics a distribuir només, entre els seus accionistes o en accés crèdit i rondes de finançament. Seguint amb l'exemple d'Airbnb que posa Botsman, el passat mes de Març, la segona companyia no cotitzada més valorada (31.000 MM\$) després d'Uber (68.000 MM\$) va accedir a una ronda de finançament de 1000 MM\$ i portar ja una suma total de 3000 MM\$ aconseguits. Airbnb és especial perquè a diferència d'altres plataformes emergents ja és rentable des del segon semestre del 2016 presentant un EBITDA positiu segons Reuters. (Prieto, 2017).

2.2 Crítica a la economía col.laborativa: Tom Slee Lo tuyo es mío: Contra la economía col.laborativa.

El present apartat tanca la primera fase del treball, després d'aprofundir en el concepte de l'economia col.laborativa, tractar d'entendre els seus orígens, actors que la configuren i analitzar les seves motivacions, hem observat sobretot a l'estudi dels seus beneficis, que hi ha qüestions que semblen no fer tan desitjable la narrativa que promet l'economia col.laborativa. En el present apartat, profunditzarem en aquesta mirada crítica per acabar d'entendre el fenomen en tota la seva complexitat.

Algunes han sigut les veus que s'han alçat en contra de l'"Economia Col.laborativa" criticant aquest nou paradigma. Una de les veus que més ha ressonat, és la de Tom Slee, doctor en química, amb una dilatada trajectòria a la indústria del software, va publicar al Novembre del 2015 un llibre titulat: *What's Yours is Mine: Against the Sharing Economy (ORBooks)* en una clara al·legoria a *What's mine is yours: The raise of collaborative consumption* de Botsman i Rogers.

El llibre de Slee en una acurada anàlisi que repassa i qüestiona els aspectes fonamentals de l'economia col.laborativa. L'assaig està dividit en una primera part que serveix com a obertura on Slee fa una dissertació sobre l'economia col.laborativa tot qüestionant les seves bondats on planteja les seves reflexions i resumeix el seu punt de vista. La segona part del treball està dedicada a analitzar amb detall els casos d'Airbnb, Uber i TaskRabbit. El sisè capítol el dedica a parlar sobre sistemes de reputació, el setè gira entorn del software de codi obert, el vuitè i penúltim capítol parla dels béns comuns i la seva relació amb els capitals i finalment un darrer capítol on conclou la seva crítica i parla d'algunes reaccions envers aquesta realitat. Slee, inicia el seu primer capítol destacant per després qüestionar els principals avantatges, que ja hem analitzat anteriorment, de l'economia col.laborativa. Inicia la seva argumentació, els avantatges l'emancipació econòmica i el seu caràcter revolucionari:

“La Economía Col.laborativa promete ayudar a individuos, hasta entonces sin poder alguno, a tener un mayor control sobre sus vidas convirtiéndose en microempresarios. Podemos autogestionarios, entrar y salir de esta nueva dinámica de trabajo flexible, montar nuestro propio negocio en sitios web de Economía Col.laborativa.... El Movimiento parece amenazar a los que ya son poderosos, las grandes cadenas hoteleras, las cadenas de comida rápida y los bancos. Es una visión igualitaria que se basa en

transacciones entre iguales en lugar de en organizaciones jerárquicas, y es fruto de la capacidad de Internet de poner a la gente en contacto.” (Slee, 2016, pág. 14)

Seguidament parla d'altres beneficis com l'augment de la confiança i cohesió social i l'impacte positiu en termes ecològics.

“La Economía colaborativa también promete ser una alternativa sostenible al comercio dominante, ayudándonos a hacer un mejor uso de recursos infrautilizados ¿por qué tiene que tener todo el mundo un taladro en un estante del sótano cuando lo podemos compartir? Podemos comprar menos y de ese modo reducir nuestra huella ecológica” (Slee, 2016, pág. 14)

“Podemos optar por el acceso en lugar de la propiedad y alejarnos de un consumismo en el que muchos nos sentimos atrapados. Podemos ser menos materialista, aferrándonos a experiencias en vez de a posesiones para dar sentido a nuestras vidas” (Slee, 2016, pág. 15)

A continuació, Slee ens presenta la raó del seu llibre que no es altra que desarticular aquest discurs.

“Bueno, eso era lo que prometía. Por desgracia está ocurriendo algo distinto y mucho más oscuro: la Economía Colaborativa está introduciendo un libre mercado despiadado y desregulado en ámbitos de nuestras vidas anteriormente protegidos...” (Slee, 2016, pág. 15)

Gran part del seu treball el centrarà a desarticular el discurs d'Airbnb, Uber, TaskRabbit o LendingClub. Exemples referents dintre dels principals sectors de l'Economia Col.laborativa, com són el turisme col.laboratiu i l'allotjament temporal P2P, la mobilitat urbana, les microtasques o els préstecs P2P.

“A medida que la Economía Colaborativa crece, está reorganizando las ciudades sin mostrar algún respeto por aquello que las hace habitables. En lugar de aportar apertura y confianza personal a nuestras interacciones, está propiciando una nueva forma de vigilancia bajo la que los empleados de este sector deben vivir con miedo a que alguien los delate.... Los mercados de Economía Colaborativa están generando unas nuevas formas de consumo más abusivas que nunca. La expresión un -dinerillo extra- es la misma que se utilizaba para los trabajos de las mujeres hace cuarenta años, cuando no

se los consideraba trabajos- de verdad- que conllevaran un salario digno.... (Slee, 2016, pág. 15)

També planteja una discussió entorn al terme Economia Col.laborativa subratllant el seu caràcter ambigu i contradictori :

“El termino mismo –Economía colaborativa- encierra una contradicción. Pensamos que –colaborar- es una interacción social de carácter no comercial entre una persona y otra. Sugiere intercambios que no implican dinero, o que al menos vienen motivados por la generosidad, por un deseo de dar o ayudar.... No cabe duda que la palabra colaborar se ha llevado más allá de sus límites razonables a medida que la –economía colaborativa- crecía y cambiaba, pero seguimos necesitando un nombre cuando hablamos de este fenómeno.” (Slee, 2016, pág. 15)

Slee integra en el seu discurs una crítica a la “*ideologia californiana*”. Aquella representada per les grans empreses com Google, Microsoft, Facebook, Amazon o Tesla entre altres que serveixen com a inspiració de nous emprenedors i que creu que es possible resoldre problemes socials d’escala global per mitjà de la tecnologia.

“A medida que Silicon Valley ha ido acumulando riqueza y poder, la convicción de que puede irte bien haciendo el bien y de que los mercados pueden de hecho utilizarse para aumentar la escala de los esfuerzos en favor del cambio social ha pasado a ser una tendencia dominante en la cultura de internet. Este punto de vista se denomina a veces ideología californiana. Desde la pobreza a escala mundial hasta las libertades civiles, pasando por la educación y la atención médica, la cultura de internet ve la combinación de la tecnología y la actitud empresarial como la clave para resolver nuestros mayores problemas. Pero los mercados, la colaboración y el bien social no se llevan muy bien...” (Slee, 2016, pág. 22)

“Es posible que se construyan nuevos negocios entorno a la colaboración y la apertura, pero los instintos comerciales tienden a expulsar el comportamiento altruista y los impulsos generosos que impulsaron la Economía Colaborativa.” (Slee, 2016, pág. 22)

Les últimes línies d’aquest capítol son per resumir la seva opinió entorn a diversos temes que sobrevoien el fenomen de l’Economia Col.laborativa i que són presents a qualsevol anàlisis de la situació actual i futura.

Slee ressaltava el caràcter no definitiu de l'economia col·laborativa i apunta la seva mal·leabilitat que pot encara virar en favor del conjunt de les nostres societats.

“La Economía Colaborativa es joven y está cambiando rápidamente. Ira tomando forma en función de nuestro comportamiento como consumidores, pero también de nuestro comportamiento como ciudadanos y como trabajadores.” (Slee, 2016, pág. 22)

Las empresas de economía colaborativa afirman que debemos confiar en ellas y sus tecnologías se hagan cargo de funciones que ofrecen los Gobiernos: Garantizar la seguridad del consumidor, asegurarse de que el empleo sea justo y digno y que las ciudades sean habitables y sostenibles. No debemos concederles esa confianza. “ (Slee, 2016, pág. 22)

Slee aborda una qüestió interessant. Posa de manifest la contradicció que sembla aflorar més evidentment en les grans corporacions paradigmàtiques a les que desemmascara en aquest llibre. La seva tesis es podria resumir en que no es possible concebre un capitalisme global comandat per grans corporacions que es posi en favor de les causes socials mentre continua cercant l'ànim de lucre i la maximització dels beneficis.

“Hay quienes no ven contradicción alguna entre un movimiento social y las empresas privadas con ánimo de lucro; son los que creen en las –corporaciones benéficas- y otras formas de capitalismo ilustrado...” (Slee, 2016, pág. 23)

“Muchos otros están encantados de promover la desigualdad y la desregularización en interés propio, en virtud de las cuales el dinero se apropia del papel de las instituciones democráticas;” (Slee, 2016, pág. 23)

Slee conclou aquest capítol el seu punt de vista respecte a la qüestió. No resta legitimitat el paper de la tecnologia ni els moviments socials perquè poden arribar a cohesionar-se per avançar cap a una societat menys desigual i ecològicament viable però recalca que pot ser una tasca complexa.

“No dudo de que las nuevas tecnologías pueden desempeñar un papel importante en el avance hacia un futuro mejor pero no constituyen un atajo para resolver complejos problemas ni para acabar con antiguos motivos de conflicto social” (Slee, 2016, pág. 23)

“Si los partidarios de la economía colaborativa que creen en la desigualdad y la sostenibilidad quieren lograr algo útil de veras, tienen que renunciar al orgullo

desmesurado de la cultura de internet y aprender ciertas enseñanzas de personas que llevan años involucradas en el campo de la colaboración” (Slee, 2016, pág. 23)

“Del mismo modo que no hay un atajo para solucionar problemas sociales complejos, no hay una gran idea sencilla para hacer frente a lo peor de la Economía Colaborativa” (Slee, 2016, pág. 23)

A l'últim capítol de l'assaig, es reflexiona sobre els possibles camins que s'obren a l'horitzó per l'Economia Col.laborativa. L'autor es refereix al debat que està encara obert dintre de la comunitat Ouishare i cita a Neal Gorenflo de Shareable, organització sense ànim de lucre, ja que resumeix amb gran encert el problema que es planteja dins el moviment.

“Puso en primer plano el gran problema: la flagrante contradicción entre las posibilidades utópicas y las realidades hipercapitalistas de la economía colaborativa” (Slee, 2016, pág. 221)

Slee apunta a les línies d'estudi dintre de la comunitat que poden ajudar a resoldre aquest problema. La primera es la tecnologia blockchain tot i que es mostra escèptic i prediu que acabarà succeint el mateix que amb el cas de Bitcoin.

“Si con su nuevo escepticismo los asistentes al congreso de Ouishare quieren a hallar un modo de transformar la Economía Colaborativa en algo útil, en algo que deberás cumplir la promesa de intercambio comunitario y a escala humana, tendrán que dejar de lado su identificación con la tecnología. Gorenflo señala que la tecnología blockchain detrás de Bitcoin es la novedad” (Slee, 2016, pág. 222)

En segon terme, corregeix la desvinculació dels moviments socials i el cooperativisme amb l'Economia Col.laborativa.

“El debate tiene que alejarse de su focalización exclusiva de las compañías tecnológicas. Tiene que reconocer que no hay apaños sencillos para los problemas sociales complejos y menos aún para los auténticos conflictos e injusticias presentes en la sociedad. La absoluta desatención de la Economía Colaborativa a la historia de los movimientos colaborativos y cooperativos es una de las razones que han facilitado hasta tal punto que se adhieran a ella negocios” (Slee, 2016, pág. 222)

Per últim, Slee planteja que cal aconseguir l'apropament a les ciutats per a treballar dintre d'elles allunant el moviment de grups inversors.

“Los que defienden las ideas detrás de la colaboración saldrán mejor parados trabajando con las ciudades que aliándose con inversores de capital riesgo. Las ciudades han sido innovadoras en numerosas iniciativas de colaboración no comerciales.” (Slee, 2016, pág. 222)

L'autor sentència el llibre amb les següents línies.

“No se trata de que la tecnología buena o mala, sino de que no es una respuesta a complejas cuestiones sociales. Sí los tecnólogos están dispuestos a aceptar que la tecnología puede desempeñar un papel útil pero secundario en los movimientos sociales, es posible que lleguemos a alguna parte.”

2.2.1 Conclusiones sobre Lo tuyo es mío: Contra la economía colaborativa

En resum, la visió de Slee és molt crítica amb gran part de l'Economia Col.laborativa, la més visible i reconeguda per el seu volum, la seva escala i el seu propòsit. Focalitza la seva crítica respecte a les accions i discurs de quatre grans corporacions dins de l'àmbit de l'Economia Col.laborativa; Airbnb, Uber, Taskrabbit, LendingClub que representen gran part del volum global.

Slee demostra que les tendències d'aquestes empreses és arribar a profunditzar en escenaris desreguladors que poden generar col·lateralitats inesperades. És el cas Airbnb, per exemple, una empresa que va sorgir l'any 2007 precisament per ajudar a pagar el lloguer de Brian i Joe, residents a San Francisco, aprofitant que en aquella ciutat se celebrava una conferència. Avui l'expansió incontrolada d'aquesta idea està propiciant turisticació i una escalada de preus de l'habitatge a les places turístiques de més renom d'Europa. Així doncs, paradoxalment, Airbnb ha aconseguit empitjorar la necessitat que venia a cobrir en molts casos.

També es qüestiona amb escepticisme la profunditat de la paraula col.laborativa quan es parla d'aquest fenomen i sobretot d'aquestes grans corporacions que cotitzen a Borsa. Slee entén que la paraula col.laborativa, evoca col·laboració i per tant, no comporta ànim de lucre.

Posa en tela de jutge al llarg de tot l'assaig, els beneficis promesos per el discurs dominat en el moviment. En primer lloc, no observa un caràcter emancipador dintre de la cultura col.laborativa sinó que descriu una tendència de reducció de drets laborals i augment de la precarietat i en segon lloc, afirma que no trenca les dinàmiques hiperconsumistes establertes.

No obstant això, la conclusió més important que podem extreure de la lectura de *Lo tuyo es mío*. Contra la economia col.laborativa (Taurus) és que el moviment s'ha d'allunyar de les grans corporacions, al mantenir aquestes una lògica incompatible amb un veritable canvi social apropant-se als moviments socials i al cooperativisme. Slee apunta que aquest procés s'ha de fer reflexionant alhora hipercriticament sobre el paper que la tecnologia tindrà en aquest i com els moviments socials seran capaços de mobilitzar-se i d'apropar-se a les vies de resolució d'un veritable canvi que resolgui problemes i demandes socials.

Finalment, per concloure el present apartat i finalitzar aquesta primera part del treball és indispensable mencionar les principals idees i conclusions que podem extreure d'aquesta primera part del treball.

- Considerem, basant-nos en les conclusions extretes durant els epígrafs anteriors, que l'economia col.laborativa ha generat un nou ecosistema econòmic dintre del sistema capitalista que es nodreix de les condicions materials, tecnològiques i socials que aquest li proporciona.
- Aquest nou ecosistema, que podem encapsular dintre del concepte economia col.laborativa, ha generat beneficis i impactes que han tingut efectes, com a mínim, qüestionables des de diverses perspectives anteriorment analitzades.

Recuperant, la cita d' Slee; *La absoluta desatención de la Economía Colaborativa a la historia de los movimientos colaborativos y cooperativos es una de las razones que han facilitado hasta tal punto que se adhieran a ella negocios*” (Slee, 2016, pág. 222), entrarem a la fase final d'aquest treball final de grau, on estudiarem la tesi d'un model econòmic que sí que pretén utilitzar el camí obert per l'economia col.laborativa per

recuperar aquests ideals que aporten els moviments socials i sobretot la tradició cooperativista, el cooperativisme de plataforma.

3. TREBOR SCHOLZ: Cooperativisme de plataforma.

El present apartat és el que serveix com a cloenda aquest treball. És per això que realitzem en les següents pàgines un exercici, primer d'estudi i apropament al pensament de la figura de Trebor Scholz, important dinamitzador del debat entorn de la deriva de l'economia col·laborativa, a l'hora que contrastarem les seves idees amb les aportacions anteriorment comentades en aquest treball de Tom Slee per acabar profunditzant en l'anàlisi i discussió del model que proposa Scholz.

3.1 Introducció



Il·lustración 10: Trebor Scholz

Trebor Scholz es professor associat a de Culture & Media New School de Nova York. Editor i autor de llibres com *Uber-Worked and Underpaid. How Workers are Disrupting the Digital Economy* (Polity, 2016) ha contribuït a generar un gran debat entorn a l'economia col·laborativa arran de l'organització de la conferència “Cooperativismo de plataforma” juntament a Nathan Schneider a l'Octubre de 2015 per obrir un línia més crítica

sobretot en el seu àmbit laboral.

Recentment, el passat 2016, DIMMONS (Digital Commons Research Group) grup de recerca experimental d'Internet Interdisciplinary Institute (INE 3) vinculat a la UOC amb una línia de recerca centrada en els Comuns i l'Economia col·laborativa, des de la perspectiva d'una política de co-creació i innovació metodològica tenint els Comuns com a forma d'organització de la producció, ha traduït i editat una publicació de Scholz, *Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa*. Per introduir la versió de Scholz, és oportú citar a Mayo Fuster, una de les persones implicades en aquesta tasca com a directora d'investigació sobre economia col·laborativa a l'INE3. Fuster és l'encarregada de fer el prefaci d'aquesta edició publicada per

DIMMONS, sintetitza la visió de Scholz a entrada relacionada amb l'estudi dels béns comuns i pro-comú dintre del CCCBLAB, programa de recerca promogut per el CCCB (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona) que duu com a títol: *“Una economía social, procomún, feminista y ecológica. Airbnb, Uber o eBay han popularizado la economía colaborativa, pero ¿dónde queda el cooperativismo? La concentración de la riqueza continúa en las corporaciones.”*

“Para este, la economía colaborativa corporativa es un fenómeno que aprovecha la situación creada tras la crisis de 2008, no para repensar el sistema económico hacia uno más justo y estable, sino como estrategia para dismantelar las condiciones del trabajo. La solución pasaría por retomar la tradición cooperativista como alternativa a la economía colaborativa corporativa. Según Scholz, «El movimiento cooperativo tiene que llegar a un acuerdo con las tecnologías del siglo XXI».” (Fuster, 2016)

3.2 Economia col.laborativa corporativa i capitalisme de plataforma

És important ressaltar com Fuster i Scholz, a diferència de Slee, identifiquen clarament amb una paraula diferenciada l'economia col.laborativa que desenvolupen les grans empreses, com Uber, Airbnb o LendingClub introduint així el concepte d' *“economia col.laborativa corporativa”* o el de *“capitalisme de plataforma”*, nosaltres adoptarem també aquestes nomenclatures.

Considerem que aquesta re-definició lèxica que sí que introdueix una connotació crítica i associada al capitalisme és una aportació rellevant perquè les paraules configuren la nostra visió del món i és útil per denunciar i desarticular el discurs "col.laboratiu" el fet de poder catalogar a unes empreses o iniciatives concretes amb un altre terme o etiqueta que no sigui el d'economia col.laborativa. No obstant això, la seva visió de l'actual escenari que presenta el moviment no difereix substancialment de la que presentava Slee, a "Lo tuyo es mío: en contra de la economía colaborativa (Taurus) un entorn on el pes d'aquest cooperativisme de plataforma és abismal comparat amb el de d'altres propostes. En paraules de Scholz:

“En este momento, el capitalismo de plataforma se está definiendo de arriba abajo con decisiones que se toman en Silicon Valley y que ejecutan algoritmos en una caja negra...”
(Scholz, 2016, pág. 24)

3.3 Anàlisi de l'ecosistema laboral de l'economia col.laborativa

A diferència de Slee, que centra el seu discurs a desmantellar les diferents corporacions de l'economia col.laborativa i en desmuntar el vocabulari col.laboratiu, Scholz tot i compartir la crítica, focalitza més el seu estudi en les relacions laborals que han generat les grans multinacionals de l'òrbita de l'economia col.laborativa com UBER o Amazon Mechanical Turk i elabora una proposta de futur i de present que projecta una profunda modificació del model d'economia col.laborativa basat en el que anomena "cooperativisme de plataforma" i en el disseny d'un nou entorn col.laboratiu per aquestes que permeti apoderar les persones participants per acabar construint una nova organització econòmica allunyada de directrius capitalistes.

“Entre todos los problemas en el trabajo del siglo XXI -el auge de un sector de servicios con bajos salarios, la desigualdad económica, el desmoronamiento de los derechos de los trabajadores- el principal problema, en realidad, es que hay muy pocas alternativas realistas.” (Scholz, 2016)

L'autor s'ajuda de les paraules de John Duda per explicar una situació clau en la seva anàlisi a la qual hi dedica la segona part del seu estudi. És en aquesta segona part, on posa sobre la taula la idea de la desposseïció que pateix el participant de l'economia col.laborativa i avisa de la concentració del poder i els beneficis de la plataforma en mans del capital risc, les grans corporacions i els poders financers que controla l'accés al crèdit de les empreses que les gestionen, reproduint així els esquemes d'un capitalisme que no distribueix de forma democràtica els béns de producció ni els beneficis. Duda, també assenyala un aspecte clau que és el relatiu a la qüestió de si Internet i les tecnologies del capitalisme efectivament està afavorint aquesta concentració de poder i control dins de l'economia col.laborativa.

“John Duda, de Democracia Colaborativa, declaró: La propiedad de las instituciones de las que dependemos para vivir, para comer, para trabajar, se está concentrando cada vez más. Sin la democratización de nuestra economía, sencillamente no tendremos el tipo de sociedad que queremos tener, o que aspiramos a tener. Simplemente no vamos a tener

una democracia. ¡Internet, de hecho, no está ayudando! Está alimentado por el pensamiento a corto plazo, por los beneficios empresariales; está dirigido por el capital de riesgo y está contribuyendo a la concentración de la riqueza en cada vez menos manos. Tenemos que revertir esa tendencia.” (Scholz, 2016, pág. 8)

Com ja hem comentat anteriorment, l'estudi de Scholz, se centra en l'estudi estructural del mercat de treball sota demanda que estan generant aquestes grans empreses de l'economia col.laborativa corporativa.

“Los baby boomers están perdiendo sectores de la economía como el transporte, la comida y varios otros más ante la generación del milenio, que se precipita con ferocidad a controlar la demanda, la oferta, y el beneficio mediante la adición de una gruesa capa de hielo de negocios en las aplicaciones basadas en las interacciones entre usuarios. Están ampliando el libre mercado desregulado a áreas de nuestras vidas que antes eran privadas.” (Scholz, 2016, pág. 9)

Scholz entén el relleu generacional de la generació del baby boom per part de la generació X i els millenials com un canvi estructural dins del mercat laboral que explica l'expansió i ràpid creixement de les aplicacions P2P. Aquestes formant part d'una tendència que surt fora dels límits de la legislació o bordeja zones grises pendents de regulació. A la primera part d'aquest treball s'ha assenyalat l'accés a Internet o a la tecnologia com a una possible barrera, ja que accés a la tecnologia per sustentar-la no sempre és fàcilment assumible, Scholz observa que el canvi generacional és una altra barrera que profunditza aquesta bretxa tecnològica dins l'estructura de l'economia col.laborativa, corporativa o no en aquest cas, ja que l'accés dels nadius digitals és a les plataformes és més fàcil. Scholz continua la seva dissertació, utilitzant un to àcid i un llenguatge irònic per carregar de forma subtil contra les bondats ecològiques i emancipadores que la visió "cool" que Botsman, Cañigüeral o Walsh promulguen però el que és més destacable d'aquestes observacions és podem extreure la concepció de Scholz respecte al mapa laboral que dibuixa l'economia col.laborativa.

“La “economía colaborativa” se presenta como un heraldo de la sociedad post-trabajo; el camino hacia el capitalismo ecológicamente sostenible en que Google va a vencer a la misma muerte y tú no tienes que preocuparte de nada en absoluto. Con el lema “lo que es mío es tuyo”, este caballo de Troya de la economía colaborativa nos libera de las

formas jurásicas de mano de obra mientras desencadena una máquina de represión sindical colosal; pasando por encima de las personas de mayor edad.” (Scholz, 2016, pág. 9)

El professor associat a de Culture & Media New School observa una des regularització del concepte de treball assalariat amb tot el que això pot comportar sí que parlem sobretot d'obligacions per part de l'ocupador i drets per part de l'empleat. És aquí on resideix la veritable disrupció dintre de l'àmbit laboral que està produint aquesta forma d'entendre l'economia col.laborativa.

“Los beneficios del capitalismo de plataforma para los consumidores, propietarios y accionistas son evidentes; pero el valor añadido para los trabajadores vulnerables y el valor a largo plazo para los consumidores no están claros, en cualquier caso”. (Scholz, 2016, pág. 10)

“En el proceso, los trabajadores están perdiendo el salario mínimo, las horas extraordinarias y las protecciones que tenían a través de leyes contra la discriminación en el empleo. Asimismo, los empleadores no tienen que contribuir al sistema de asistencia médica, ni al seguro de desempleo, ni al seguro contra accidentes, ni a los pagos de la seguridad social de sus trabajadores.” (Scholz, 2016, pág. 10)

Scholz posà d'exemple a Amazon Mechanical Turk. Aquesta és una empresa dependent d'Amazon on els "treballadors" anomenats, "crowdworkers" poden iniciar sessió dintre de l'app i escollir entre diverses llistes de micro tasques permeten així externalitzar i gestionar projectes de forma fraccionada. Les recompenses de cèntims o euros/hora.

The screenshot shows the Amazon Mechanical Turk interface. At the top, there's the logo and navigation tabs for 'Your Account', 'HITS', and 'Qualifications'. A notification indicates '166,542 HITs available now'. Below the navigation is a search bar with 'Find HITs' and a filter for 'that pay at least \$ 0.00'. A blue banner prompts the user to 'Complete Profile Tasks to qualify for more HITs'. The main content area shows 'All HITs' with '1-10 of 1122 Results'. Two HITs are listed:

Transcribe up to 35 Seconds of Media to Text - Earn up to \$0.17 per HIT!!		
Requester: Crowdsurf Support	HIT Expiration Date: May 30, 2018 (51 weeks 6 days)	Reward: \$0.05
	Time Allotted: 15 minutes	
Describe an image (WARNING: This HIT may contain adult content. Worker discretion is advised.)		
Requester: Technology and Research	HIT Expiration Date: Sep 2, 2017 (13 weeks 3 days)	Reward: \$0.02
	Time Allotted: 20 minutes	

Il·lustració 11: Tasques, temps estimat i recompenses per realitzar crowdsourcing per Amazon Mechanical Turk.

Scholz denuncia males practiques dins de la plataforma:

“El robo de salarios, por ejemplo, es un hecho cotidiano en Amazon Mechanical Turk, que tolera explícitamente esta práctica. Los usuarios solicitantes pueden rechazar un trabajo hecho correctamente y evitar el pago. El objetivo de la plataforma, su lógica sistémica, se expresa a través de su arquitectura y diseño, así como en sus condiciones de uso.” (Scholz, 2016, pág. 12)

Un altre aspecte laboral que aborda Scholz és el del context on es desenvolupa el fenomen de l'economia col·laborativa i la traçabilitat de la tecnologia i hardware que la sustenta. Scholz planteja una forta contradicció en l'epicentre del moviment. L'Economia Col·laborativa és suposadament ecològicament més viable i ofereix les possibilitats d'un treball flexible i autogestionat o la redistribució de valor subjacent acumulat a la seva comunitat però es pot desenvolupar operativament i guanyar escalabilitat a través de hardware que no compleix aquestes premisses.

“La “economía colaborativa” no es una especie de cubo plastificado en el “espacio cibernético”; es solo otro reflejo del capitalismo y del atlas masivo de las prácticas de trabajo digitales. En consecuencia, no podemos hablar sobre las plataformas de trabajo sin antes reconocer que dependen de vidas humanas explotadas a lo largo de sus cadenas de suministro globales, comenzando por el hardware sin el que toda esta economía “ligera” se hundiría en el fondo del océano. No se pueden tomar en consideración todos

los apreciados dispositivos de Apple sin antes recordarnos a nosotros mismos las condiciones de trabajo en lo que Andrew Ross llama “fábricas suicidas de Foxconn” en Shenzhen, China. O la extracción de raros minerales de la tierra en la República Democrática del Congo.” (Scholz, 2016, pág. 9)

Scholz conclou aquesta primera part del seu assaig que es centra en la anàlisi de l'estructura laboral i de l'economia col.laborativa en el seu conjunt sentenciant que:

“Esto no es simplemente una continuación del capitalismo predigital tal como lo conocemos, hay notables discontinuidades, un nuevo nivel de explotación y una concentración de riqueza.” (Scholz, 2016, pág. 6)

I connectant la economia col.laborativa amb una de les seves principals causalitats la crisi financera del 2008:

“La economía colaborativa es “reaganismo” por otros medios. Retrocediendo en el tiempo, mi argumentación es que hay conexión entre los efectos de la “economía colaborativa” y las deliberadas ondas de choque de austeridad que siguieron a la crisis financiera en 2008. Los tecnólogos multimillonarios saltaron de cabeza, cabalgando a lomos de los que buscan desesperadamente trabajo, no solo aumentando así la desigualdad, sino también la reestructuración de la economía de una manera que hace que esta nueva forma de trabajar, privados de todos los derechos laborales, sea vivible, sobrevivible o, como ellos dirían: “sostenible”.” (Scholz, 2016, pág. 10)

Com hem pogut veure Scholz s'enfronta frontalment al discurs que podria donar legitimitat aquestes pràctiques laborals d'empreses de l'economia col.laborativa corporativa.

En primer lloc s'oposa per l'ecosistema que el genera que és totalment dependent del capitalisme i les seves col.lateralitats com extractivisme a països del tercer món per abastir de recursos materials possibiliten l'escalabilitat i la connectivitat que necessita el model per créixer i mantenir-se, l'hegemonia dels valors competitius que són inherents al capitalisme o el panorama laboral que reproduïen que com analitza Scholz està carregat de desigualtat i explotació mantenint així les estructures empresari-treballador tot i dotar d'una falsa autonomia al treballador i evadir a les plataformes de cotitzacions, salaris i obligacions legals.

A més Scholz qüestiona evidentment el valor que això pot generar per als treballadors i els consumidors conclouent que els veritables beneficiats són els propietaris de les

plataformes.

Per últim, Scholz apunta que no l'economia col.laborativa no és una altra cosa que "reaganisme", és a dir, un nou procés de desregularització que ataca frontalment als drets dels treballadors.

3.4 El cooperativisme de plataforma

La segona part del seu treball està encarat a la proposta d'alternatives. L'alternativa de Scholz és el que denomina "Cooperativisme de plataforma". Divideix la seva definició en dues parts, la primera tracta d'explicar la dimensió cooperativista que adopta el seu model i a la segona dona la seva definició de plataforma que ha de donar una estructura productiva al seu model econòmic.

En aquest apartat, Scholz fa un exercici d'observació i recull els beneficis de la construcció cooperativa i apunta els problemes derivats que afronten per pertànyer a l'esfera capitalista. Els principals inconvenients que observa són: La necessitat de competir en el mercat per subsistir i les dinàmiques laborals que aquesta subordinació al mercat poden generar. Ressalta que la cadena subministrament també és un altre problema a solucionar sobretot si les seves dimensions són considerables com en el cas de Mondragón.

“Funcionan dentro de un contexto capitalista en el que se ven obligadas a competir. Redes de cooperativas como Mondragón no pueden realmente desacoplarse de las cadenas de suministro explotadoras que mantienen en marcha el capitalismo. Una objeción común a las cooperativas es que están tan ligadas a las presiones del mercado como cualquier otra empresa capitalista, que hace inevitable la autoexplotación. Con el tiempo, las cooperativas también pueden recurrir a la táctica de las prácticas no remuneradas y a voluntarios no recompensados. Las cooperativas están expuestas a la competencia despiadada del mercado...” (Scholz, 2016, pág. 15)

No s'oblida però, d'assenyala aspectes positius destacant que les cooperatives han sigut instruments importants per garantir un control de l'organització efectiva i autogestionada del treball, dels seus mitjans i de la distribució de les seves plusvàlues.

“Aquí, los trabajadores controlan su propio trabajo de una manera que contribuye a su propio bienestar. Las cooperativas, por pequeñas que sean, pueden funcionar como contrastes éticos, autogestionados, que proporcionen un modelo para las empresas que

no necesita depender de la explotación de sus trabajadores. Las cooperativas pueden aportar creatividad no solo para el consumo de productos, sino también para la reorganización del trabajo.” (Scholz, 2016, pág. 16)

Després de senyalar aspectes positius, continua ara amb la tasca d’argumentar la seva tesi. Scholz basa la definició teòrica del seu concepte de “Cooperativisme de plataforma” seccionant aquest en 3 parts:

1. Reproducció del la base tecnològica i software de les grans corporacions de l’economia col.laborativa corporativa.

Aquest nou concepte recull únicament el disseny tecnològic del software de les aplicacions i la seva finalitat és readaptar-lo, ja que estableix canvis estructurals en la propietat i en els valors de les plataformes.

“Adopta la tecnología, pero quiere ponerla a trabajar con un modelo de propiedad diferente, adhiriéndola a los valores democráticos, con el fin de rasgar el sistema roto de la economía de consumo colaborativo/bajo demanda, que solo beneficia a unos pocos. Es en este sentido en que el cooperativismo de plataforma es un cambio estructural, un cambio de propiedad.” (Scholz, 2016, pág. 16)

2. Solidaritat i repartiment més distribuït de la propietat de les plataformes per garantir la governança.

Scholz aboca per la solidaritat. Aposta per una amalgama d’aliances de cooperatives propietat de treballadors i usuaris que cohesioni les iniciatives.

“El cooperativismo de plataforma consiste en la solidaridad, que es urgentemente necesaria en esta economía impulsada por una fuerza de trabajo distribuida, y veces anónima. Las plataformas pueden ser de propiedad de sindicatos ingeniosos, ciudades y otras formas diversas de cooperativa, y ser gestionados por estos. Todo ello, desde cooperativas que son fruto de múltiples alianzas y propiedad de los trabajadores hasta cooperativas de plataforma propiedad de los productores” (Scholz, 2016, pág. 16)

3. Repartiment equitatiu dels beneficis produïts.

Un dels objectius principals de Scholz és aconseguir la redistribució justa dels beneficis i del valor generat en les plataformes i és per això que aquest és un dels pilars bàsics que configuren la seva proposta.

“El cooperativismo de plataforma está construido sobre la reformulación de conceptos comola innovación y la eficiencia con la vista puesta en beneficiar a todos, no solo absorbiendo beneficios para unos pocos.” (Scholz, 2016, pág. 16)

Per últim Scholz explica el que ell considera plataforma quan l'inclou que es el cooperativisme del plataforma, Scholz, el que entén per aquesta;

“Una plataforma, en el contexto de este estudio, es un término usado para describir un ambiente en el cual los intermediarios extractivos o cooperativos ofrecen sus servicios o contenidos.... quiero aclarar que esto no tiene que ver con una aurora boreal tecnológica; el cooperativismo de plataforma no tiene que ver con la obsesión occidental por los avances de la tecnología.... Cooperativismo de plataforma es un término que describe cambios tecnológicos, culturales, políticos y sociales. El cooperativismo de plataforma es una parcela de esperanza. No es una utopía concreta; es una economía emergente. (Scholz, 2016, pág. 16)

L'autor continua la seva exposició senyalant sis models existents o encara per desenvolupar el cooperativisme de plataforma que estaria dintre de la seva visió i poden servir d'exemple per ampliar i continuar avançant en la tendència que proposa.

3.5 Models de cooperativisme de plataforma

3.5.1 Intermediació laboral i mercats de propietat cooperativa online.

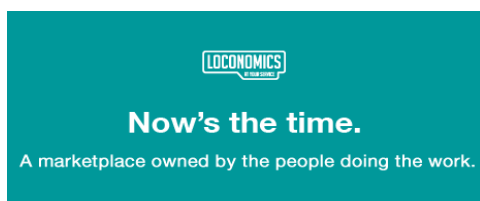
- **Mercat de propietat cooperativa online**



Ilustración 12 Logo Fairmondo

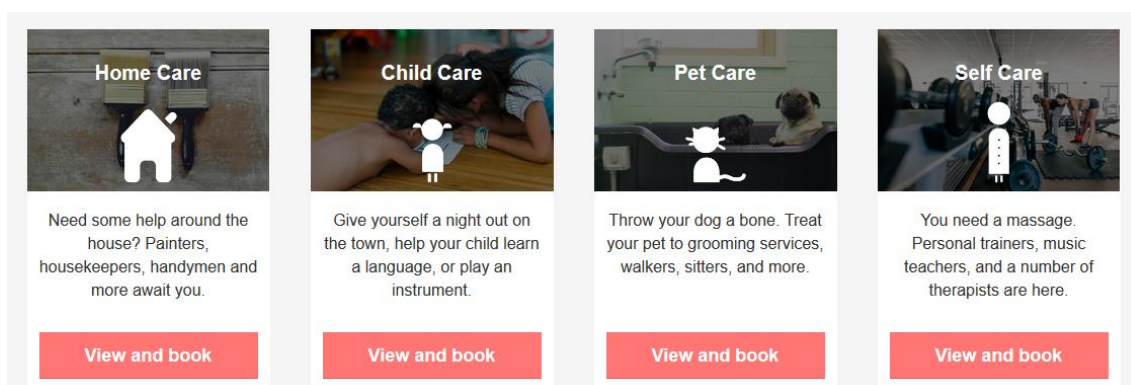
Fairmondo va començar la seva activitat a Alemanya l'any 2012. Bàsicament, és un Marketplace que promou béns i serveis justos de comerç responsable impulsat i dirigit pels seus membres. Neix com a resposta a les grans corporacions col·laboratives i té la missió d'obrir el seu espai per augmentar el nombre d'iniciatives mentre ofereix un espai on els intercanvis estan lliure de dubtes ètics.

- **Intermediació laboral**



Il·lustració 13 Logo Loconomics

Loconomics és una cooperativa que s'endinsa en el món de les micro tasques. Aporta ajut en tasques diàries que poden anar des de l'autocura amb especialistes dedicats a la fisioteràpia o entrenadors personals passant per cangurs d'animals o infants fins a arribar a reparadors de bicicletes o especialistes a realitzar declaracions d'impostos.



Il·lustració 14 Mostra de serveis ofertats a Loconomics

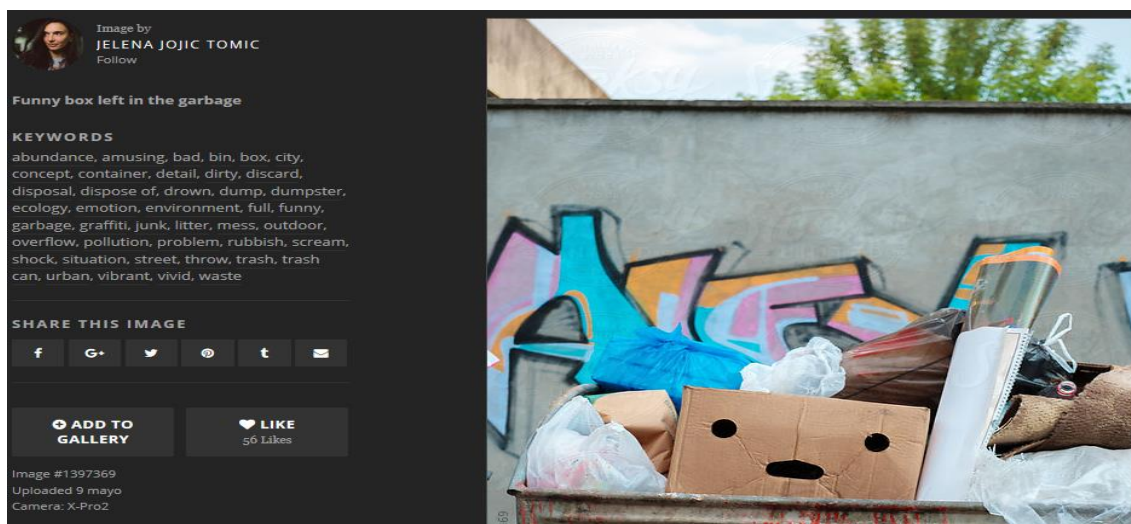
3.5.2 Cooperatives de plataforma de propietat municipal.

Scholz parla en aquest apartat de la proposta que fa Janelle Orsi per contrarestar els efectes negatius d'Airbnb, la creació de Munibnb, que seria un software/empresa creada pel municipi per gestionar i controlar el turisme col·laboratiu de la ciutat, aconseguint

impostos que reverteixin en la ciutat. Scholz menciona que una alternativa similar aquesta començant a operar a Seül.

3.5.3 Plataformes de propietat dels productors.

En aquest model es planteja una via de resposta a les plataformes com Facebook, Twitter, Netflix o Spotify entre altres que s'apropien de les dades i el contingut generat pels seus usuaris, per això utilitza el terme productors (productor-usuari). Menciona exemples com Stocksy, una cooperativa d'arxius fotogràfics propietat dels artistes. Els artistes reben directament el 50% dels beneficis de les compres i participen en el repartiment de beneficis al final d'any.



Il·lustració 15 Imatge publicada per a la seva venda per una usuària de Stocksy

3.5.4 Plataformes de treball recolzades per els sindicats

L'estudi cita aquí una sèrie de sindicats del taxi dels Estats Units. Union taxi i CADA (California App Based Association). Union taxi és la primera cooperativa de taxistes de Denver creada el 2009. El cas de CADA és més destacable, ja que és una organització sense ànim de lucre que agrupa a conductors de plataformes com Uber, Lyft, Sidecar entre altres per aliar-se i així pressionar en favor del compliment de les seves demandes tant a empreses com institucions.

3.5.5 Cooperatives des de dins

Scholz té dins del seu imaginari una mena d' "expropiació del software" i parla d'absorció hostil de les empreses per part dels treballadors per començar a operar amb ell.

“Otra atractiva propuesta, aunque imaginaria, es la idea de las cooperativas de trabajo formadas desde el epicentro de la economía colaborativa. Los conductores de Uber podrían utilizar la infraestructura técnica de la empresa para establecer sus propias empresas. Esta absorción hostil por parte de los trabajadores podría ser imaginable como resultado de una demanda antimonopolio comparable a la que se llevó adelante contra Microsoft después de su lanzamiento de Internet Explorer.” (Scholz, 2016, pág. 18)

3.5.6 La plataforma com a protocol

Aquesta és una proposta que s'articula entorn de diferents nòduls que configuren una xarxa d'intercanvis peer to peer. És una línia de pensament centrada en la tecnologia Blockchain que permetria una completa horitzontalitat i descentralització. Scholz parla amb profunditat d'aquesta gran disrupció tecnològica més endavant.

“El trabajo del futuro quizás no será dictado por las plataformas centralizadas, ni siquiera por las que son operadas por cooperativas. Tal vez serán interacciones entre pares facilitadas por los protocolos que permiten la interacción de igual a igual” (Scholz, 2016, pág. 18)

3.6 Els deu principis del cooperativisme de plataforma

Scholz no es queda només en plantejar un possible disseny d'alternatives o en apuntar solucions a les traves que està trobant el fenomen de l'economia col.laborativa sinó que pretén dotar la seva tesi del "Cooperativisme de plataforma" d'una sèrie de principis reguladors i els presenta com un element essencial per configurar i establir el nou model econòmic que proposa. En aquest apartat, citarem i explicarem breument en què consisteixen cada un d'aquest.

1. Propietat

En aquest principi, es discuteix que el discurs oficial de l'economia ens ha parlat de les bondats de l'accés envers la propietat i es tracta de contrarestar aquesta argumentació.

“Una de las principales narrativas de lo que se ha llamado economía colaborativa trata sobre el rechazo de la propiedad. La generación del milenio, nos dicen, no está interesada en las posesiones físicas; lo único que quieren es tener acceso a “cosas”. No bajan música, la escuchan en streaming” (Scholz, 2016, pág. 20)

L'argument per a Scholz es vàlid sempre que vagi acompanyat d'una propietat col·lectiva de les plataformes i del canal que utilitzen, és a dir, Internet.

“Esto va de la propiedad de Internet. Plataformas cooperativas de propiedad colectiva, propiedad de las personas que generan la mayor parte del valor en esas plataformas, podrían revitalizar esta historia de lo público en Internet. El cooperativismo de plataforma puede cambiar la manera en que la gente común piensa acerca de su relación con Internet.” (Scholz, 2016, pág. 20)

2. Pagament decent i seguretat de renda

Scholz reclama uns salaris justos i dignes per no tornar a caure en practiques com les que denuncia d' Amazon Mechanical Turk.

3. Transparència i portabilitat de dades

L'autor exigeix una transparència de qualitat i informació al respecte del tractament en les dades que es recullen dels cooperativistes. Cita a *Fairmondo* com un exemple actual en la posada en pràctica d'aquestes premisses.

4. Apreciació i reconeixement per la tasca de les treballadores i treballadors

Aquesta es una qüestió fonamental que ha de ser present en qualsevol organització que Scholz no es deixa de mencionar.

5. Decisions col·lectives en el treball

Aquest principi va més enllà de la presa de decisions del dia a dia de l'elaboració del pla estratègic per part dels cooperativistes, s'apunta que seria idoni involucrar a les persones participants des de l'inici per ajudar a crear i construir la plataforma augmentant així el grau d'implicació.

“Las plataformas de trabajo deben implicar a los trabajadores desde el momento de programación de la plataforma y a lo largo de su uso. De esta manera, además, los gestores aprenderán mucho más sobre el flujo de trabajo de los usuarios.” (Scholz, 2016, pág. 20)

6. Marc legal protector per a les cooperatives de plataforma

Scholz reclama una regulació i una actuació favorable per part de les administracions que possibiliti un impuls i aculli dins del marc de la legalitat les iniciatives de cooperativisme de plataforma.

“Las cooperativas de plataforma requieren ayuda legal porque son vistas como inusuales. Esta ayuda también es necesaria cuando se trata de defender a las cooperativas contra acciones legales adversas. El triunfo de la empresa de accionistas se ha logrado a través de su control del sistema político, del jurídico y del económico. Las leyes de Estados Unidos subvencionan a las corporaciones por encima del bienestar de todas las personas.” (Scholz, 2016, pág. 20)

7. Protecció transferible dels treballadors

Els arguments que s'aporten en aquest apartat són clars, és inexorable protegir els treballadors independentment del seu lloc de treball o dels canvis que aquest pugui patir.

“De la misma manera que los trabajadores de la economía tradicional deben ser capaces de mantener protecciones y prestaciones a través de cambios de escenarios de trabajo. Las protecciones sociales no deben estar vinculadas a un lugar de trabajo en particular.” (Scholz, 2016, pág. 21)

8. Protecció contra la conducta arbitrària

En aquest punt s'explica la desprotecció laboral que pateix un conductor d'Uber davant la qualificació d'un client que pot fins i tot per error donar una baixa qualificació per error i provocar que la mitjana de reputació baixi tant que sigui desconnectat de la plataforma immediatament al no tenir la qualificació requerida. És per això, que Scholz proposa una reputació itinerant i acumulada que faci possible el control i la propietat de la reputació per l'individu i no per la plataforma.

“El sistema de reputación de trabajadores de Uber se encuentra alojado en la “nube”, en los servidores centralizados, privados, de la empresa. Al igual que con otros advenedizos en la economía colaborativa, esto hace que sea imposible que los trabajadores capitalicen su reputación. Cuando se cambian a otra plataforma, empiezan desde cero. En consecuencia, es esencial que los trabajadores establezcan sus propios sistemas descentralizados de reputación y de identidad.” (Scholz, 2016, pág. 21)

9. Refús de la excessiva vigilància

Amb aquest principi es volen evitar practiques abusives que han dut a terme empreses de l'economia col.laborativa corporativa gràcies a l'excessiva vigilància de avaluacions i la reputació generades.

“La excesiva vigilancia en el lugar de trabajo por medio de los diarios de los trabajadores de oDesk (ahora, Upwork)⁹⁶ o las constantes revisiones en TaskRabbit deben ser rechazadas. ¿Dónde está la dignidad del trabajo en este tipo de sistemas? ¿Le gustaría levantarse cada mañana solo para competir por el trabajo que tiene que hacer ese día? ¿Le gustaría ser evaluado cada cuatro horas por parte de personas que no conoce en absoluto? Tales prácticas de vigilancia dejan a los trabajadores sin demasiada dignidad.” (Scholz, 2016, pág. 21)

10. Dret dels treballadors a desconnectar

L'últim principi que es proclama és un principi bàsic que està emparat en qualsevol legislació laboral o estatut de treballadors però és important destacar-lo, ja que en la majoria de casos l'entorn de treball de l'economia col.laborativa el lloc de treball i l'horari és molt líquid i els límits poden ser molt difusos.

3.7 Ecosistema cooperatiu

Després de promoure aquests principis Scholz se centra en l'ecosistema que ha d'envoltar les cooperatives de plataforma. Parla del seu finançament que òbviament, no pot venir de fonts convencionals com bancs o fons d'inversió de capital risc. Com a alternatives destaca la possibilitat d'utilitzar organitzacions no lucratives pel finançament dels nous projectes.

A continuació, tracta altres aspectes que considera que ha d'abraçar el cooperativisme de

plataforma: relació amb els comuns, ús d'intercanvi de software lliure o la incorporació de tecnologia Blockchain.

“Las cooperativas de plataforma que se basan en los bienes comunes, se fundamentan en un diseño abierto y en licencias de hardware de código abierto para la impresión 3D, facilitando el ecosistema cooperativo.” (Scholz, 2016, pág. 22)

“El trasfondo de las cooperativas de plataforma tiene que ser software libre. No solo se trata de que el código deba ser accesible a los trabajadores para que puedan entender los parámetros y patrones que rigen su entorno de trabajo, sino que además el software debe ser desarrollado consultando con los trabajadores desde el primer día.” (Scholz, 2016, pág. 22)

La introducció de software lliure és una clara aposta per la democratització de la plataforma. Permet la maleabilitat i la interacció amb el funcionament de la plataforma per part dels cooperativistes i d'altres cooperatives solidaritzades amb el projecte. És aquí on trobem clarament refractat la solidaritat que té el disseny del "Cooperativisme de plataforma". El fet de poder alterar el disseny i les funcionalitats és una manera de donar sentit al fet de ser cooperativista en una plataforma d'aquestes característiques reforçant el que significa tenir la propietat i la governança de la plataforma i del nostre projecte, trencant així amb models no distribuïts ni autogestionats com els que es proposen des de l'economia col.laborativa corporativa. Scholz explica com la tecnologia Blockchain és la clau per resoldre dos problemes, la participació en condicions de confiança entre parts i la presa de decisions en una organització totalment descentralitzada. A més, la tecnologia de cadena en blocs (blockchain) permet fer immodificable tot el que es desitgi mantenir en els nòduls per tant, els acords, votacions o modificacions de reglaments quedarien totalment assegurats.

“A medida que las cooperativas empiezan a participar en los mercados de trabajo en línea, se vuelven más distribuidas, más internacionales. La tecnología Blockchain es una manera de abordar la problemática de la confianza. esta tecnología también permite mercados de trabajo entre pares sin intermediarios. Es posible imaginar “organismos autónomos descentralizados” y empresas virtuales que sean básicamente conjuntos de reglas para las operaciones ejecutadas entre pares.” (Scholz, 2016, pág. 22)

“La programación basada en Blockchain también se utiliza como “mecanismo de consenso” para plataformas/herramientas que faciliten la toma democrática de

decisiones en las cooperativas. Aquí, los estatutos, los miembros, las acciones y los registros de votación podrían ser almacenados de manera irrevocable.” (Scholz, 2016, pág. 23)

Tot i que la tecnologia Blockchain és precisament un element que pot resoldre els problemes d'escalabilitat, Scholz apunta que el model s'ha de configurar des de la proximitat i evitar la cerca del creixement econòmic. Considera que aquesta se la formula per aconseguir el veritable objectiu del cooperativisme de plataforma, que no és altre que crear una economia ecològicament sostenible, distributiva i justa per a tots els seus actors.

“Para construir una economía que sea socialmente justa y ecológicamente sostenible, la cooperativa debe ir más allá del imperativo de crecimiento. Las cooperativas no siempre tienen que crecer. Los negocios democráticamente controlados -como las cooperativas de trabajo-, podrían apuntar a lo pequeño, a los nichos de mercado locales sin tener que centrarse en ampliar su escala.” (Scholz, 2016, pág. 24)

Per concloure, Scholz aposta per la construcció d'un relat que acompanyi el moviment i sobre el que poder construir alternatives que realment estiguin basades en la col·laboració i la cooperació dirigeix la seva veu a tothom que es vulgui sumar al moviment que proposa.

“El capitalismo de plataforma se está definiendo de arriba abajo con decisiones que se toman en Silicon Valley y que ejecutan algoritmos en una caja negra. Lo que necesitamos es un nuevo relato sobre el intercambio, sobre la agregación, la apertura y la cooperación; uno en el que podamos creer. El movimiento cooperativo tiene que llegar a un acuerdo con las tecnologías del siglo XXI. Va a costar algún trabajo hacer que la noción de cooperativas en línea sea tan estadounidense como la de pastel de manzana.” (Scholz, 2016, pág. 24)

Aquesta la última aportació de Scholz, on resalta la importància de la creació d'una consciència col·lectiva que s'allunyi del model tradicional de propietat i fa una crida a la construcció d'un poder popular que posi a funcionar aquestes idees passant de la teoria a la pràctica.

“La importancia del cooperativismo de plataforma no está en “matar plataformas Estrella de la Muerte”. No viene de la destrucción de señores oscuros como Uber sino de sobrescribir en la mente de las personas, incorporando diferentes modelos de

propiedad y después insertándolos de nuevo en la corriente principal.” (Scholz, 2016, pág. 25)

“No podemos perder más tiempo. Los políticos y los propietarios de plataformas han estado prometiendo protección social, acceso y privacidad; pero exigimos la propiedad. Es hora de darse cuenta de que nunca la van a entregar. Ellos no pueden. Pero nosotros debemos. A través de nuestro esfuerzo colectivo vamos a construir el poder político de un movimiento social que dará la vida a estas ideas.” (Scholz, 2016, pág. 26)

3.8 Conclusiones sobre el cooperativisme de plataforma

Les idees que aporta Scholz parlen d'una idea disruptiva que trenca totalment amb el capitalisme. S'aporten perspectives que podrien arribar a configurar un paradigma realment diferent del que ha estat dibuixant l'economia col.laborativa corporativa. Scholz assenta el que sembla una construcció realment justa i sostenible, no basada en el creixement i configurada sobre els pilars dels béns comuns, el software lliure i l'arquitectura blockchain que garanteix una estructura independent i autogovernable de forma democràtica i horitzontal allunyada de l'esfera del capitalisme. Sí es troba un model de producció ecològic, sostenible i no extractiu per al seu hardware el model podria aconseguir els resultats esperats.

Un altre aspecte essencial que deriva de la lectura de Scholz és la crida final que llença pel seu caràcter revolucionari. És una crida que convida a la creació d'un poder popular que efectivament aconseguixi el control i la propietat d'aquestes plataformes sota aquests principis que proposa.

Per concloure l'anàlisi de la publicació de DIMMONS hem de tornar a citar a Mayo Fuster. Ella és l'encarregada de confeccionar el prefaci d'aquesta edició de DIMMONS i aquest aporta una crítica que no volem deixar de banda. Fuster en la seva anàlisi observa que es presta poca atenció a la perspectiva de gènere i també racial.

“Scholz hace hincapié en las desigualdades de clase, ingresos y formación, pero en su denuncia y caracterización de la vía de salida a la economía colaborativa corporativa no están presentes la resolución de otras fuentes de discriminación y desigualdad. Posiblemente uno de los puntos más débiles del trabajo, aunque una debilidad bastante

común en la reflexión en torno a la economía colaborativa, y también en el enfoque económico hegemónico, es la muy limitada sino ausente perspectiva de género.” (Fuster, Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa. , 2016)

Fuster també apunta un altre aspecte millorable d'aquest assaig de Scholz, la poca profunditat que dóna a temes com el coneixement obert i la dimensió pro-pública de la producció col·laborativa a partir de llicències CC.

“Pero parece que ello a costa de dejar en un plano menor dos aspectos centrales en el procomún digital. Por una parte, el conocimiento abierto, el conocimiento como bien común, la dimensión propública de la producción colaborativa.... Y, por otra parte, la tecnología libre –esto es, que las plataformas estén basadas en software libre- como vía de control colectivo de los medios de producción en un entorno digital.” (Fuster, Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa. , 2016)

Per finalitzar, podíem afegir que tant la seva anàlisi de la situació, com la seva proposta del cooperativisme de plataforma estan massa centrats en l'àmbit de la propietat, el treball, els models de cooperativisme que proposa o els seus principis però Scholz deixa de banda altres aspectes de la vida mateixa, de l'individu i del disseny del "bon viure" que comportaria l'adopció del cooperativisme plataforma.

Així doncs, som nosaltres les ciutadanes i ciutadans les que hem de decidir a través del diàleg i la integració de diferents idees o experiències el disseny d'un nou sistema econòmic i social, treballant dia a dia sobre les bases de disruptcions com l'economia col·laborativa perquè serveixin per complir aquest objectiu.

Hi ha moltes iniciatives a més de les mencionades dintre d'aquesta publicació, que orbiten a l'entorn cooperatiu, profundament implicades amb aquesta tasca com podria ser Faircoop, promoguda per l'activista català Enric Duran, que molt recentment ha impulsat la iniciativa Bank of the Commons a l'igual que una criptomoneda basada en l'arquitectura blockchain que també sustenta a Bitcoin, el Faircoin.

Citant a Buenaventura Durruti:

“Llevamos un mundo nuevo en nuestros corazones; y ese mundo está creciendo en este instante.”

4. Conclusions finals

A l'inici del treball, plantejàvem la següent pregunta després d'analitzar les limitacions tecnològiques que presenta actualment l'economia col.laborativa, principalment en el Tercer Món.

¿És l'economia col.laborativa únicament un apèndix del capitalisme neoliberal o pot servir per transcendir aquest model de societat en favor d'un sistema amb més justícia social, redistribució de la riquesa i sense heteropatriarcat?

Les conclusions que hem extret de la primera part del treball centrada a conèixer el concepte de l'economia col.laborativa responen afirmativament a la primera part de la pregunta on es planteja sí l'economia col.laborativa forma part d'una nova ramificació del capitalisme neoliberal:

- L'anàlisi de la societat de l'hiperconsum, l'estudi de la figura del prosumidor i dels factors que han fet possible tant la seva existència com la seva posterior expansió i l'observació crítica que hem fet dels beneficis que apuntava Walsh conviden a concloure que l'economia col.laborativa, sobretot la corporativa, està profundament lligada al capitalisme ja sigui per la seva dependència del valor subjacent generat per el creixement i l'hiperconsum o el seu funcionament basat encara en les tecnologies que porten el segell del capitalisme i les seves lògiques o el seu fort desenvolupament arran de l'esclat de la crisi financera l'any 2008.

La segona part del treball, dedicada a l'estudi del cooperativisme de plataforma respon també afirmativament, tot i que amb excepcions, donat que el model no aborda d'una forma clara la qüestió feminista, a la segona part de la pregunta que es qüestiona si l'economia col.laborativa pot servir per transcendir cap a un model socioeconòmic més just i redistributiu.

- L'estudi de la publicació "Cooperativisme de plataforma", signada per Trebor Scholz, és una aposta per un model que podria servir per trencar el sistema que imposa el capitalisme. Amb les seves imperfeccions, el model aporta idees disruptives que efectivament pretenen un sistema amb més justícia social, més redistributiu i basat en uns altres principis.

5. Bibliografía

- Alegre, J. (15 de 12 de 2014). *Economistas frente a la crisis*. Obtenido de ¿Qué es la Economía Colaborativa?: http://economistasfrentealacrisis.com/que-es-la-economia-colaborativa/#_edn8
- Botsman, R. (Maig de 2010). *Rachel Botsman: The case for collaborative consumption*. Sydney .
- Cañigual, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona : Penguin Random House S.A.U.
- CNMC. (2016). *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la*.
- Colom, A. (6 de Març de 2017). *Agustí Colom: “Cuando el turismo se concentra, tiene un efecto gentrificador”*. Obtenido de Gentrificity : <https://gentrificity.com/2017/03/06/agusti-colom-cuando-el-turismo-se-concentra-en-zonas-como-ciutat-vella-o-sant-antoni-tiene-un-efecto-gentificador/>
- Domínguez, A. Q. (1 de Febrer de 2017). *Gentrificity*. Obtenido de Airbnb y el mercado. Un pez que se muerde la cola.: <https://gentrificity.com/2017/02/01/airbnb-y-el-mercado-un-pez-que-se-muerde-la-cola/>
- Fuster, M. (2016). *CCCBLAB*. Obtenido de <http://lab.cccb.org/es/una-nueva-economia-social-procomun-feminista-y-ecologica/>
- Gansky, L. (Febrer de 2011). La "Malla" es el futuro de los negocios . *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing* . (Portfolio/Penguin, Fall 2010).
- Gant, A. C. (2016). *“Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Barcelona : Creative Commons .

- Herrera, Y. (15 de Març de 2017). Destecnificar . *Cus de decreixement promogut per ATTAC Catalunya* . Barcelona , Catalunya , Estat espanyol:
<https://www.youtube.com/watch?v=BILRldxfq9M&t=353s>.
- Lipovetsky, G. (2013). Gilles Lipovetsky: La Sociedad del hiperconsumo. . *Cátedra Alfonso Reyes. Instituto Tecnológico de Monterrey*. .
- Ouishare. (s.f.). Curso Ouishare: Economía Colaborativa . Modul 3 .
- Rodríguez, F. (2 de Juny de 2015). *Consumo Colaborativo*. Obtenido de
<http://www.consumocolaborativo.com/2015/06/02/la-reputacion-lo-es-todo-en-la-economia-colaborativa/>
- Scholz, T. (2016). *Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa*. Barcelona : Dimmons - Investigación acción en producción.
- Slee, T. (2016). *Lo tuyo es mío. Contra la Economía Colaborativa* . Barcelona : Penguin Random House Grupo Editorial S.A.U .
- Tamayo, L. (6 de Mayo de 2016). La economía colaborativa, más que un producto de la crisis. Isabel Benítez. *El salmón a corriente*.
- TED. (2017). TED . <https://www.ted.com/about/our-organization>.
- TIME. (17 Març 2011). 10 Ideas That Will Change the World. Our best shots for tackling our worst problems, from war and disease to unemployment and deficits . *TIME*.
- Toffler, A. (1980). The third wave. 335.
- Toffler, A. (1980). *The third wave* . Bogotá: Plaza & Janes S.A Editores .
- Walsh, B. (2011). Sharing. Today's smart choice: Don't own. Share. *TIME*.