

COLUMNAS / ECONOMÍA

Las nuevas lógicas del capital

El Ciudadano · 14 de noviembre de 2016



Airbnb, la plataforma internacional de arriendo de casas y departamentos para alojamiento de viajeros, envió un *email* a sus clientes para informar sobre los nuevos términos de su contrato. A partir de diciembre, los clientes se comprometen por escrito a no discriminar a otros usuarios del sistema. De hacerlo, la plataforma se reserva el derecho a expulsarlos.

Airbnb es un negocio basado en las nuevas tecnologías en pleno auge, hoy con una valoración de mercado cercana a los diez mil millones de dólares: tanto como las mayores cadenas hoteleras. Creado en 2008, ha logrado sumar diez millones de reservas en todo el mundo. Los cambios a los términos del contrato, aun cuando pueden apuntar a la tolerancia y al respeto de los derechos humanos, son sin duda una consecuencia de poner freno a cualquier prejuicio o rigidez cultural que sea un obstáculo a este expansivo mercado.

Airbnb se inscribe en los nuevos negocios, que bajo la denominación de economía o consumo colaborativo, están rompiendo moldes del mercado y lógicas del capitalismo. No es que planteen modelos basados en la solidaridad o los vínculos comunitarios, sino es una nueva conformación que une a las nuevas tecnologías con las necesidades de las personas. No son ideas ni emprendimientos basados en el capital, sino en la integración, la comunicación y el intercambio. Por otro lado, por cierto, se comportan como un clásico negocio, dándoles a sus creadores millones de dólares en ganancias por comisiones cobradas a sus usuarios.

Uber, Cabify son otros ejemplos de estos emprendimientos en el sector de los autos de alquiler con conductor, más conocidos por haberse enfrentado a otros sectores del mismo mercado (taxis u hoteles) que por sus beneficios.

El origen de este tipo de iniciativas puede hallarse en algunas plataformas digitales, como el *peer to peer* (red entre pares para intercambio de información) o en las mismas redes sociales, modelos potenciados con la amplificación de usuarios a través de los teléfonos inteligentes. Sólo a través de esta hiperconexión es posible intercambiar las ingentes cantidades de información entre los usuarios.

El nuevo concepto de negocio, que tiene estos dos o tres grandes referentes mundiales, tiene otras expresiones en muchas áreas e intereses, desde intercambio de servicios, educación, compra y venta de productos; desde estacionamientos gratuitos disponibles, a bicicletas para compartir en diferentes lugares geográficos, desde alimentos sobrantes a herramientas inactivas. Un estudio del MIT de Estados Unidos calculó en más de cien mil millones de dólares las posibilidades de estos negocios; en la actualidad apenas factura unos 25 mil millones.

Pero sin duda el verdadero potencial no está sólo en actividades tan masivas como las de Airbnb o Uber. El consumo colaborativo utiliza ingentes recursos ociosos o sobrantes. En este aspecto, es una respuesta a la ineficiencia de otros sistemas y a la inequidad. Distribuye de una forma más justa los recursos en tanto los actores en el intercambio, a diferencia de la economía basada en el capital, son de magnitudes y poderes similares. Quienes arman y sostienen la red son los mismos usuarios.

Hay quienes ven un gran potencial de cambio en estas tecnologías. En especial en momentos de una economía desregulada y globalizada que ha alcanzado inéditos niveles de concentración e inequidad. Un modelo que se mueve desde abajo como respuesta no a una estrategia del capital sino a las de los mismos usuarios.

Pero hay, sin duda, un gran riesgo, el que ya se observa en las grandes plataformas digitales como Uber o Cabify. La amenaza es la reproducción en estas mismas áreas del modelo del gran capital, tal como en Google, Facebook y otras tecnologías, que ha convertido en capital a los mismos usuarios, como afirma David Harvey en las 17 contradicciones del capitalismo. Facebook, sin ir más lejos, anunció la semana pasada que sus ganancias por publicidad alcanzaron a cinco mil millones de dólares, en tanto su valoración bursátil supera los doscientos mil millones de dólares, por encima de un gigante como Walmart. La lógica del capital en su búsqueda obsesiva y natural por utilidades arrasa todo a su paso. La economía colaborativa es sólo un nuevo modelo de negocios que convierte a confundidos y desamparados usuarios y clientes en un valioso activo para esta nueva cara del capital.

Fuente: [El Ciudadano](#)