

Editorial / Editorial

Consumo, trabajo y digitalización: una exploración sociológica de la economía de las plataformas

Consumption, work and digitalisation: a sociological exploration of the platform economy

Luis Enrique Alonso 

Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Madrid, España.
luis.alonso@uam.es

Carlos Jesús Fernández Rodríguez 

Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Madrid, España.
carlos.fernandez@uam.es

INTRODUCCIÓN

La consolidación de la denominada economía de las plataformas o *gig economy* es uno de los acontecimientos más relevantes que han tenido lugar en el capitalismo contemporáneo. Una serie de avances tecnológicos han permitido, en la pasada década, la emergencia de un nuevo paradigma productivo que supone la puesta en marcha de una novedosa forma de gestión organizativa y comercial, basada en la utilización de aplicaciones digitales, algoritmos, y un uso muy controvertido de las relaciones existentes entre consumidores, proveedores de productos/servicios y unos poderosos intermediarios denominados plataformas. Estas estructuras empresariales, cuyo centro neurálgico se encuentra en internet, integran de forma eficiente y accesible a demandantes y oferentes de distintos servicios y productos (Lehdonvirta, 2018) a través del uso de algoritmos como mecanismo de mediación y distribución de la información (Galieri, 2020). La sociedad ya está, en su gran mayoría, de hecho, familiarizada con las grandes multinacionales del comercio electrónico, las plataformas de transporte o reparto a domicilio y otras nuevas empresas cuyo objetivo es facilitar productos y/o servicios a golpe de clic. Todas estas empresas y el ecosistema en el que desarrollan sus actividades comerciales están transformando de forma notable no solamente los estilos de vida y las prácticas de consumo, sino también los métodos de gestión empresarial y la organización del trabajo. Para el consumidor, en particular, muchos procesos han supuesto un sustancial incremento en las facilidades de adquisición y disfrute de un amplísimo catálogo de productos y servicios, permitiendo una máxima personalización de la experiencia de consumo (Alonso y Fernández Rodríguez, 2021b). Se puede tener el objeto deseado en casa esa misma tarde, alojarse en un piso en el centro de una gran urbe, contratar a un traductor de forma inmediata o compartir un viaje en automóvil. El hecho de que parte de estos servicios formasen parte además de lo que hace unos años se denominaba “economía colaborativa” les proporciona un aura especial a estas experiencias de consumo.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: Carlos Jesús Fernández Rodríguez, carlos.fernandez@uam.es

Sugerencia de cita / Suggested citation: Alonso, L. E., y Fernández Rodríguez, C. J. (2023). Consumo, trabajo y digitalización: una exploración sociológica de la economía de las plataformas. *Revista Española de Sociología*, 32(3), a170. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2023.170>

Sin embargo, las prácticas organizativas y laborales que se encuentran sosteniendo este mercado virtual han creado una notable controversia. La opinión pública recibe a menudo noticias escandalosas que apuntan a las malas condiciones de trabajo en este sector, donde muchos empleos de caracterizan por la precariedad, la extrema flexibilidad y la incertidumbre, algo por otro lado corroborado por distintas investigaciones académicas (Crouch, 2019; Curchod et al., 2020; Moore y Woodcock, 2021; Revilla y Blázquez Martín, 2021). Existe el temor, no infundado, de que la extrema flexibilidad que demanda este nuevo paradigma productivo contribuya a volatilizar, de forma significativa, la condición de empleo estable y regulada (Wood et al., 2019). Preocupan asimismo a nivel sindical la proliferación, debido a la supuesta condición emprendedora de la fuerza de trabajo en el sector, de “zonas grises” en la legislación laboral (ver Serrano-Pascual y Jepsen, 2019). Sin olvidar tampoco que existe una auténtica preocupación en relación a otros impactos no desdeñables que esta nueva economía puede tener en aspectos menos evidentes, como son la huella que esta actividad económica pueda tener en el medio ambiente, los límites que se pueden plantear a estas actividades en términos de regulación o incluso los temores ante el miedo a un futuro dominado por la inteligencia artificial (Lobera et al, 2020; Lahera Sánchez, 2021; Fernández Rodríguez, 2022).

En todo caso, la economía de plataformas y la *gig economy*, han experimentado un auténtico proceso de crecimiento, diversificación e incremento de la complejidad en los últimos años que plantea un desafío analítico. La rearticulación del mundo económico después de la crisis financiera y el drenaje de recursos ingentes de los mercados financieros hacia el sector tecnológico asociado a un conjunto de circunstancias históricas que hemos vivido en el último decenio -desde la crisis del sector inmobiliario clásico a la pandemia de la COVID, pasando por el desarrollo de una nueva oleada de innovaciones en el ámbito del uso de algoritmos, la inteligencia artificial y otros medios de producción matemática de la realidad social-, han creado una situación que podíamos caracterizar de exuberancia irracional -como la denominó el premio Nobel de economía Robert Shiller (2015) para los mercados financieros, citando un famoso comentario del presidente de la reserva federal estadounidense Alan Greenspan- en este sector tecnológico, con un enorme crecimiento desordenado y explosivo. Así Nick Snricek, en uno de los trabajos que se ha convertido en referencia principal sobre el tema, analiza que la coyuntura actual es un producto de tendencias de largo plazo y movimientos cíclicos que no se pueden desligar de los procesos de competencia mercantil, la búsqueda de ganancia y los procesos de acumulación del capital (Snricek, 2018, p. 37). Procesos estructurales que no se pueden obviar y que nos llevan a la construcción y destrucción creadora permanente, típica del capitalismo (Schumpeter, 2010); y que *schumpeterianamente* también se están desarrollando esa economía digital de las plataformas, modelos de negocio que frente a lo que muchos gurús tecnológicos trataban de presentarnos, no deja de estar plagada de burbujas especulativas, grandes desequilibrios financieros, maniobras de absorción y concentración de empresas y oleadas de despidos masivos y reorganizaciones de plantilla como los que se experimentan en las mayores empresas tecnológicas de la actualidad.

El propio Snricek (2018, p. 50) ha tratado de reflejar la complejidad de la evolución del universo de las plataformas clasificándolas según las formas en que desarrollan ese modelo de negocio, nos encontraríamos entonces con: 1) *plataformas publicitarias* (Google, Facebook), que extraen información de los usuarios, la analizan y la comercializan en el tráfico publicitario y de datos; 2) *plataformas de la nube* (Amazon Web Services, Salesforce), plataformas de un hardware y software de distribución que regulan el comercio digital en todas sus dimensiones; 3) *plataformas industriales* (General Electric, Siemens), conectan la manufactura material a los procesos de producción, distribución y consumo digital 4) *plataformas de productos* (Spotify, Netflix), distribuyen por vía digital mediante suscripciones bienes y servicios que tenían anteriormente otros marcos o formatos de venta, casi siempre materiales; y 5) *plataformas austeras* (Uber, Airbnb) que tratan de coordinar las propiedades y los activos ajenos, reduciendo sus propios costes e inyectando información en estructuras de propiedad diversificadas. Como veremos en este número, donde se van a abordar procesos sociales que se dan en todos

estos modelos de plataforma, resulta más fácil separar analíticamente este conjunto de propuestas que en la realidad misma, donde los modelos de negocio se hacen extremadamente complejos e interconectados. Pero lo que sí es una característica común de todas las plataformas es que se basan en la extracción y análisis continuo de datos sobre la actividad realizada bajo su regulación algorítmica y su programación digital. Datos que se convierten en cruciales para el desempeño de las formas de organización informacionales del capitalismo actual, pasando estos datos a ser, primero, condiciones del funcionamiento del propio sistema y por ello primer escalón del beneficio económico, para, luego, inmediatamente convertirse en mercancía en sí mismos, y generar procesos gigantescos de intercambio mercantil y financiero (Zuboff, 2020). La economía de las plataformas se construye, de esta manera, sobre gigantescos dispositivos para extraer, analizar, comercializar y manipular cantidades crecientes de datos, con métodos de programación que lejos de ser asépticos o neutrales, introducen y reproducen todos los sesgos de poder de los sistemas sociales hegemónicos (O'Neil, 2017).

De la misma manera, las nuevas formas de estructurar la relación salarial es otra de las características comunes de todas las variantes de la economía de las plataformas y la *gig economy*, pues recogieron y aprovecharon las tendencias de proletarización y precarización ya existentes -debido a las condiciones en los mercados de trabajo que se habían creado con la crisis financiera del 2008-, y a su vez han ido relanzando y moldeado estas condiciones de empleo llevándolas a formas de diversidad, inseguridad y disciplina extraordinariamente complejas (Snricek y Williams, 2015). Como hemos visto, el empleo en las plataformas ha despertado un amplio debate que inicialmente se ha centrado en la precariedad y los algoritmos de vigilancia., pero sociológicamente es necesario situar el problema en un contexto todavía más amplio en el que se deben analizar parámetros como el empleo y desempleo existente en un momento dado, el tiempo dedicado a este tipo de trabajo, el nivel educativo, la cualificación, los ingresos, la seguridad comparada con otros tipos de empleo, etc.; Schor et al. (2020) nos argumentan con solvencia que el trabajo en plataformas es muy complejo y heterogéneo, así como la percepción de los trabajadores cambia no sólo de una plataforma a otra sino en la misma plataforma donde desarrollan sus actividades, planteando un marco analítico en que trata de recoger los factores de dependencia económica y control social en este tipo de trabajo y los usos de la flexibilidad en los modos concretos de actividad. Dependencia y flexibilidad que se amplían también a los estilos de vida y a las formas de consumo, ya que el sistema de consumo acelerado e inmediato que se crea a partir de la economía de plataformas depende necesariamente de un entramado laboral muy flexibilizado y una nueva organización del trabajo asociada a los controles digitales. El tema se hace así multidimensional, el control laboral en torno a las plataformas y la relación salarial que se establece han sido tan importantes como los dispositivos tecnológicos para la emergencia de nuevos mercados, tipos de consumidor y modos de vida. Todas estas razones suscitan el interés por explorar estas dimensiones de la economía de plataformas con más profundidad.

OBJETIVOS Y CONTENIDOS DEL MONOGRÁFICO

El objetivo de este monográfico es el de abrir una mirada sociológica, desde distintas perspectivas, al fenómeno de la economía de plataformas y su impacto en la sociedad, particularmente en el ámbito del consumo y laboral. Las plataformas y la economía digital han captado la atención del periodismo, las relaciones laborales y, evidentemente, los estudios sobre tecnología, pero se hace necesaria una mayor intervención desde el campo sociológico en la generación de nuevos conocimientos sobre estas cuestiones. La digitalización del consumo y del trabajo son fenómenos de máximo interés para la sociología y merecen una exploración empírica y/o teórica. Adicionalmente, la pandemia de la COVID-19 y las restricciones que impulsó a la actividad y a la vida social parecen haber contribuido a un empuje todavía mayor de este modelo digital de economía y

empresa (Alonso y Fernández Rodríguez, 2021a). De aquí que se planteó la necesidad de impulsar un monográfico en la RES que explorase sociológicamente distintas dimensiones de la economía de plataformas, y que contaría con la financiación de un proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Tras un arduo proceso de selección, las contribuciones incluidas en este número exploran distintos aspectos vinculados a este nuevo modelo de consumo y trabajo, que pasamos a describir a continuación.

Los cuatro primeros trabajos incluidos en este monográfico están centrados, mayormente, en el espacio de la sociología del consumo. El primero está firmado por Luis Enrique Alonso, Carlos J. Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez rojo, miembros del equipo de investigación de la Universidad Autónoma de Madrid que ha puesto en marcha este monográfico, y pone de manifiesto la compleja relación establecida entre los planos del consumo y el trabajo en el espacio del comercio online. En este artículo, titulado “Estoy en contra de ellas, pero las uso: un análisis cualitativo de las representaciones sociales del consumo electrónico y la economía de plataformas”, los autores analizan la percepción que los consumidores tenían acerca de los nuevos modelos de consumo online a partir de una investigación cualitativa realizada poco antes de la llegada de la pandemia. Las entrevistas, realizadas en la región de Madrid a usuarios de plataformas, recogían sus motivaciones para consumir a través de estos canales, además de mostrar los distintos conflictos y ambivalencias morales a los que se enfrentaban una vez que eran conscientes del historial de algunas de estas empresas en términos laborales. El segundo trabajo del monográfico lo firma Marc Barbeta Viñas y tiene como título “La plataformización del consumo: algoritmos y desimbolización”. En esta magnífica contribución teórica, Barbeta revisa, desde una posición crítica, las principales lógicas de funcionamiento de las plataformas, prestando especial atención a sus famosos algoritmos, cuya importancia está siendo fundamental para la construcción de un consumo fundamentalmente autorreferencial. Este proceso de creciente importancia de las plataformas como mediadoras del consumo estaría contribuyendo a generar, en opinión del autor, un proceso de desimbolización del consumo que tendría sentido explorar a través de futuras investigaciones empíricas. El tercer texto se titula “De la tienda física al mercadillo digital: el consumo online de moda en España” y está firmado por Juan Navarro-Martínez, Lucía Granda Ortells y Federico López-Capa. En este interesante trabajo de corte empírico, los autores proceden a investigar el uso del comercio online de moda en España a través de varias encuestas, con los objetivos de conocer mejor las variables sociodemográficas que condicionan este tipo de consumo, los perfiles con mayor predisposición a la compra de online de ropa, zapatos y accesorios, y su gasto medio. Los autores concluyen que el comercio online está contribuyendo a la consolidación de una tendencia a comprar ropa de bajo coste y calidad. La cuarta contribución, titulada “Ratings y rankings: el vínculo consumo-trabajo en la economía de las plataformas” y cuyo autor es Pablo García Ruiz va a examinar un asunto muy relevante cuando exploramos el comercio online contemporáneo: el papel del sistema de evaluación por ratings y rankings en la economía de las plataformas. El autor argumenta que las plataformas actúan no solo como intermediarias sino también como organizaciones que buscan coordinar y controlar la actividad de consumidores y trabajadores, de manera que el reconocimiento de estas estrategias es relevante para obtener una comprensión más detallada del vínculo entre consumo y trabajo en estos espacios digitales.

Los tres siguientes textos del monográfico van a estar más enfocados en cuestiones relacionadas con el mundo del trabajo. El quinto artículo del monográfico, “Entre el control y el consentimiento: de Braverman a Burawoy en el capitalismo de plataforma. Trabajar para Uber en España”, cuyo autor es Víctor Riesgo Gómez, se centra precisamente en el análisis de las condiciones de trabajo en la gran plataforma Uber, uno de los líderes mundiales en el sector del transporte privado. En esta contribución, resultado de un extenso trabajo de campo cualitativo, el autor se propone explicar el modo en que los trabajadores experimentan el control algorítmico de esta empresa, partiendo de la base de que, en el caso español, la gran mayoría de los trabajadores de Uber realizan su

trabajo bajo modelos de contratación por cuenta ajena, una anomalía respecto al modelo original. Los resultados presentados son de gran interés al enriquecer su investigación incorporando enfoques clásicos procedentes de la escuela del *Labour Process Theory*, como son los de Braverman o Burawoy. Frente a esta experiencia de las grandes plataformas, la sexta contribución titulada “Resistencia versus destrucción creativa, ¿es posible una alternativa a la actual economía de plataformas? Un estudio de caso de dos cooperativas” y firmada por José David Moral-Martín, David Pac Salas y Jaime Minguijón Pablo, se apoya en el concepto de resistencia creativa para presentar dos experiencias cooperativas españolas en el terreno del reparto a domicilio (Mensakas y Zámpace). A través de una investigación cualitativa basada en entrevistas, los autores argumentan que, frente a la explotación draconiana de las grandes plataformas de reparto online, estas cooperativas suponen otra forma de gestionar las relaciones laborales de una forma organizada. No obstante, su consolidación se enfrenta a grandes desafíos, una vez que experimentan dificultades para obtener ingresos y ser económicamente rentables. Finalmente, Pablo Sanz de Miguel, María Isabel Casas-Cortés, Amaia Prieto Arratibel y Juan Arasanz Díaz aportan un artículo importante que trata de explorar las consecuencias de la aprobación de la llamada “ley Rider” en España y su impacto en los trabajadores de las plataformas. Así, en “El empleo irregular tras la Ley Rider: ¿nueva regulación, idénticas estrategias empresariales?”, presentan los resultados de una investigación cualitativa centrada en analizar las principales manifestaciones del empleo irregular existentes en el sector del reparto digital español tras la aprobación de dicha ley. En esta relevante y novedosa aportación, los autores discuten las dificultades y límites de la ley aprobada para conseguir la laboralización del sector, describiendo un panorama en el que coexisten diversos modelos de empleo irregular y precario, que afectan de forma desigual a distintos colectivos de trabajadores.

Para concluir este repaso de las contribuciones incluidas en el volumen, el último texto incluido en el monográfico toca una cuestión complementaria pero relevante para el tema explorado a lo largo de esta colección de artículos: la participación digital. En “De la “brecha digital” al control de internet. Usos, actitudes y participación digital en España”, Alejandro Pizzi, Juan Pecourt y Joaquim Rius-Ulldemolins estudian la influencia que ejercen el capital digital y otros aspectos de carácter sociodemográfico en el uso de redes sociales por parte de la ciudadanía española. Para ello, hacen uso de un análisis cuantitativo basado en los datos aportados por un reciente Eurobarómetro. Los autores argumentan que la participación en las redes está condicionada, además de por cuestiones vinculadas a capital cultural, económico y social, por la posesión de un nuevo capital específico: el capital digital, que puede tener además una conversión hacia otros capitales. Desde su punto de vista, sería necesario abordar la participación digital de forma más matizada y atender a las formas de distinción social y dominación generadas en el entorno de las comunidades de usuarios de internet y de redes sociales.

En definitiva, con este monográfico tratamos de cubrir distintas dimensiones asociadas al fenómeno de la economía de plataformas y los modelos de trabajo y consumo que contribuye a edificar, contribuyendo con interesantes reflexiones teóricas y análisis empíricos al estado del saber sobre estas cuestiones. Entendemos además que complementa otros materiales publicados previamente en la Revista Española de Sociología, como es el debate “El futuro del trabajo ante los retos de la economía de plataformas y de la industria 4.0” publicado en el volumen 30(3) en 2021. En ambos números se ha tratado de abordar el sentido social de las diferentes formas en las que se ha ido desplegando la economía de plataformas, poniéndolas en relación con los tipos de poder, el comportamiento de los agentes sociales en conflicto y las estrategias de desarrollo económico, dentro de un nuevo contexto institucional en el que se redefinen permanentemente los contornos entre lo nacional y lo supranacional o entre el Estado y los mercados. Con esto nos alejamos conscientemente de cualquier determinismo tecnológico, tratando de no reforzar las mitologías dominantes sobre el poder absoluto de las innovaciones tecnológicas tomadas como única explicación de los profundos cambios que hemos experimentado y vamos a experimentar en nuestras formas de vida.

La economía de plataformas, efectivamente, está provocando cambios extraordinarios en todos los niveles de la estructura social contemporánea, y por ello la investigación sociológica es imprescindible para entender el fenómeno en su completitud. En los textos que siguen, se contribuye en profundidad a esta imprescindible labor.

FINANCIACIÓN

Este trabajo, así como el monográfico de la revista del que es introducción, ha sido financiado en el contexto del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, con referencia PGC2018-097200-B-I00.

REFERENCIAS

- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. (2021b). El papel del consumo en la economía de plataformas: el vínculo oculto. *Revista Española de Sociología*, 30(3), a69. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.69>
- Alonso, L. E., y Fernández Rodríguez, C. J. (2021a). Covid-19: cambios en la sociedad de consumo española. En O. Salido, y M. Massó (Coords.), *Sociología en Tiempos de Pandemia* (pp-237-248). Madrid: Marcial Pons.
- Crouch, C. (2019). *Will the Gig Economy Prevail?*. Cambridge: Polity.
- Curchod, C., Patriotta, G., Cohen, L., & Neysen, N. (2020). Working for an algorithm: power asymmetries and agency in online work settings. *Administrative Science Quarterly*, 65(3), 644-676. <https://doi.org/10.1177/0001839219867024>
- Fernández Rodríguez, C. J. (2022). *Cadenas, redes y algoritmos. Una mirada sociológica al management*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Galiere, S. (2020). When food-delivery platform workers consent to algorithmic management: a Foucauldian perspective. *New Technology, Work and Employment*, 35(3), 357-390. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12177>
- Lahera Sánchez, A. (2021). El debate sobre la digitalización y la robotización del trabajo (humano) del futuro: automatización de sustitución, pragmatismo tecnológico, automatización de integración y heteromatización. *Revista Española de Sociología*, 30(3), a66. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.66>
- Lehdonvirta, V. (2018). Flexibility in the gig economy: managing time on three online piecework platforms. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), 13-29. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12102>
- Lobera, J., Fernández Rodríguez, C. J., & Torres-Albero, C. (2020). Privacy, Values and Machines: Predicting Opposition to Artificial Intelligence. *Communication Studies*, 71(3), 448-465. <https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1736114>
- Moore, P., & Woodcock, J. (Eds.). (2021). *Augmented Exploitation: Artificial Intelligence, Automation and Work*. London: Pluto.
- O'Neil, C. (2017). *Armas de destrucción matemática*. Madrid: Capitán Swing.
- Revilla, J. C., & Blázquez Martín, V. (2021). Uneasy riders: contradictorias lógicas disciplinarias para una posición laboral imposible. *Revista Española De Sociología*, 30(2), a35. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.35>

- Schor, J. B., Attwood-Charles, W., Cansoy, M., Ladegaard, I., & Wengronowitz, R. (2020). Dependence and precarity in the platform economy. *Theory and Society*, 49(5-6), 833-861. <https://doi.org/10.1007/s11186-020-09408-y>
- Schumpeter, J. A. (2010). *¿Puede sobrevivir el capitalismo?*. Madrid: Capitán Swing.
- Serrano-Pascual, A., & Jepsen, M. (Eds.). (2019). *The Deconstruction of Employment as a Political Question: "Employment" as a Floating Signifier*. New York: Palgrave.
- Shiller, R. J. (2015). *Exuberancia irracional*. Barcelona: Deusto.
- Snricek, N. (2018). *Capitalismo de Plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Snricek, N., y Williams, A. (2015). *Inventar el futuro: poscapitalismo y un mundo sin trabajo*. Barcelona: Malpaso.
- Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy. *Work, Employment and Society*, 33(1) 56-75. <https://doi.org/10.1177/0950017018785616>
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Paidós.