

## EMPRESA Economía global

12



Tom Slee arremete con fuerza contra Airbnb o Uber en su nuevo libro

**«La contradicción está en el propio nombre: compartir implica generosidad y altruismo»**

**«El chantaje ocurre todo el tiempo. Los conductores de Uber pueden perder su puesto por las malas notas del usuario»**

una lección en lo importante que es Silicon Valley: tanto en la localización física como online hay grandes economías de escala pro-concentración.

—Dice que el lenguaje promocional de estas compañías «está vacío de contenido». ¿Como la publicidad de toda la vida, no?

—Sí, los esfuerzos de marketing de Airbnb y Uber no son tan diferentes de otras marcas: son sofisticadas campañas que apelan a nuestra autoimagen más que proporcionar información concreta. Airbnb contrató a Douglas Atkin, autor de un libro titulado «El culto de las marcas: Convierta a sus clientes en verdaderos creyentes», para dar forma a su «comunidad». Así que saben lo que están haciendo.

—En España, la CNMC explicó que se perdieron 324 millones en impuestos de estas empresas.

—En el tema impuestos, Uber y Airbnb han desviado sus ingresos a través de sus filiales para evitar pagar impuestos en el país donde el anfitrión realmente vive, y eso parece que sienta un muy mal precedente. Uber y Airbnb dependen de las ciudades con una infraestructura próspera de carreteras, vivienda y servicios, pero, a pesar de lo que afirman, realmente no contribuyen. Eso necesita cambiar.

—Dice que el compromiso de Uber con los lugares donde trabaja es mínimo. Pero eso lo penalizarán (o no) los consumidores, ¿no?

—Como dije antes, creo que no es una buena idea confiar sólo en nuestras decisiones como consumidores: nuestros roles de ciudadanos y trabajadores también necesitan una voz.

—Hay un capítulo en la serie Black Mirror que toca el tema de los sistemas de calificación de estas plataformas. ¿No cree que así el consumidor podría chantajear de este modo al trabajador?

—Ocurre todo el tiempo. He escuchado a anfitriones de Airbnb que sienten que no pueden quejarse de huéspedes exigentes porque podrían obtener una mala crítica, y los conductores de Uber pueden perder sus puestos de trabajo debido a prejuicios y expectativas irrazonables. El episodio «Black Mirror» es muy bueno, y también lo es la novela llamada «Una súper triste historia de amor verdadero», de Gary Shteyngart, en la cual la gente valora a otra por la personalidad y la sostenibilidad (aparición de riqueza).

## «No se puede confiar solo en las decisiones de los consumidores»

Entrevista a Tom Slee

Investigador y autor del libro «Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa»

Especialista en tecnología y temas sociales, el canadiense intenta mostrar los efectos perversos que hay detrás de esta nueva moda

### ¿Algún ejemplo positivo de economía colaborativa?

«Sí, muchos. Fuera de internet, el movimiento cooperativo tiene una larga historia (Mondragón es un ejemplo destacado), y las ciudades mismas tienen una historia de proporcionar bienes compartidos como bibliotecas y parques y tránsito público. Y creo que BlaBlaCar tiene un estilo mucho más positivo que Uber y Airbnb. Es una compañía de viaje compartido, pero sus conductores no pueden obtener un beneficio de la conducción por lo que esto elimina muchos de los retos competitivos y de seguros. Sé que en España hubo controversia con esta empresa»

JAVIER VILLUENDAS

La economía colaborativa goza de un aura casi incuestionable, y la juventud, siempre a la última y siempre precaria, ha aprovechado las posibilidades que brinda sin angustiarse sobre sus derivadas más oscuras. Pero, según el investigador canadiense Tom Slee, haberlas «haylas». Y para ello ha escrito «Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa» (Ed. Taurus).

—Airbnb se inspiró en Wikipedia pero luego degeneró, asegura.

—La esperanza y el idealismo vinculados al inicio de internet se construyó alrededor de la idea de que su arquitectura descentralizada y abierta llevaría a una descentralización similar del poder. Algunos vieron a Wikipedia, Linux y otros esfuerzos colaborativos una nueva forma de producción, fuera del Estado y fuera del mercado. Pero ahora hemos visto que el modelo de plataforma, donde una sola compañía posee y controla todo, puede producir centralización y concentración de poder. Eso es lo que está

pasando con Airbnb, que utiliza su influencia para desafiar a los gobiernos municipales de todo el mundo. No diría que la compañía es la única causa de las tensiones que han surgido en torno al turismo, pero las empeora. París, Barcelona o Lisboa son ejemplos extremos de concentración de turistas.

—La economía colaborativa anima a la gente a «confiar en sus vecinos».

—Hay mucho lenguaje en torno a la confianza, y es engañoso. No hay más «confianza» en contratar un servicio por internet que por teléfono.

—¿Cuál es la contradicción de la economía colaborativa?

—En el propio nombre («Sharing economy»): compartir implica generosidad y altruismo. La afluencia de miles de millones en fondos de capital de riesgo, o, en el caso de Uber, las inversiones de Arabia Saudí y Rusia, lo convierten en una contradicción fatal. Estos inversores no se preocupan por compartir; necesitan un retorno de su inversión

—¿No deberíamos usar Airbnb o Uber?

—Tengo muchos amigos que han utilizado Airbnb, y yo he utilizado un servicio similar (HomeAway) un par de veces. No creo que debamos ver la acción del consumidor como una manera de influir en estas empresas, y por eso no me gusta juzgar a las personas que las utilizan.

—Hollywood está ubicado en un lugar físico concreto, y las compañías de Silicon Valley también, aunque representen la vanguardia de lo etéreo.

—Este es otro de los casos en los que internet debería producir descentralización (porque la distancia es irrelevante), pero donde la realidad ha sido al final una gran concentración de poder, dinero e influencia. Creo que hay