



OBSERVATORIO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO

Revista

OBSERVATORIO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO

Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe · IEALC

ISSN 1853-2713

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/observatoriolatinoamericano/>

Volumen 4 · Número 2 (julio-diciembre, 2020)

“Sé tu propio jefe”: Economía de plataformas y neoliberalismo. Los casos de Uber, Rappi y Glovo en Argentina (2016-2018)

Manuel Alfieri

RECIBIDO: 27 de octubre de 2020

APROBADO: 10 de diciembre 2020

“Sé tu propio jefe”: Economía de plataformas y neoliberalismo. Los casos de Uber, Rappi y Glovo en Argentina (2016-2018)

Manuel Alfieri
Carrera de Ciencia Política (UBA)
manuel.alfieri@gmail.com

Resumen

El avance tecnológico registrado en los últimos años a nivel mundial abrió la puerta a la “economía de plataformas”, un fenómeno sustentado por la proliferación de aplicaciones digitales, que genera múltiples desafíos en torno a las relaciones laborales del mundo contemporáneo. A partir del uso de datos y estadísticas, producciones académicas, artículos periodísticos y testimonios de los propios trabajadores de plataformas, intentaremos reconstruir el desarrollo de tres “empresas de plataformas” que operan en la Argentina (Uber, Rappi y Glovo) para identificar sus vínculos con el neoliberalismo en dos sentidos: las condiciones laborales de sus trabajadores y los valores que transmiten a partir de su discurso corporativo. Dichas empresas proponen un modelo de trabajo “moderno”, “flexible” y “sin jefes”, en un contexto de escasa regulación y precarización laboral. En ese sentido, observaremos de qué modo la economía de plataformas se inserta en un modelo de trabajo funcional a la lógica del neoliberalismo.

Palabras clave: *Argentina — neoliberalismo — economía de plataformas — apps*

Abstract

The technological advance registered in the worldwide the last years opened the door to the “platforms’ economy”, a phenomenon sustained by the proliferation of digital applications, which generates multiple challenges about work relationships in the contemporary world. From the use of data and statistics, academic productions, journalistic articles and workers’ own testimonies of the platform, we will try to reconstruct the development of three “platform companies” that operate in Argentina (Uber, Rappi and Glovo) in order to identify their links with neoliberalism in two ways: the working conditions of its workers and the values they transmit from their own corporate discourse. These companies propose a “modern”, “flexible”, “boss free” working model, in a context of insufficient regulations and labour precariousness. In this sense, we will observe in which ways the platform economy is inserted in a functional working model to the neoliberalism’s logic.

Keywords: *Argentina — neoliberalism — platforms’ economy — apps*

Introducción

El frenético desarrollo tecnológico registrado en los últimos años a nivel mundial abrió la puerta a un nuevo tipo de negocios que se volvió “viral”: la llamada “economía de plataformas”, un fenómeno sustentado por la proliferación de aplicaciones digitales que ofrecen servicios en los más diversos rubros. Como su nombre lo indica, el término “economía” hace referencia a la existencia de transacciones entre un proveedor de

servicios y un consumidor, mientras que “plataforma” alude al medio –las coloquialmente llamadas *apps*- por el cual se concretan dichas transacciones.

Este tipo de economía es relativamente nueva: tiene alrededor de diez años de antigüedad. Sin embargo, registró un crecimiento exponencial en los últimos tiempos: está presente en cada vez más ciudades e involucra a millones de personas. Sin ir más lejos, Uber, la empresa emblema de la economía de plataformas, funciona en 63 países, tiene 91 millones de usuarios y ya realizó 10.000 millones de viajes en todo el mundo¹. Su aparición en el año 2009 en San Francisco, Estados Unidos, provocó un cimbronazo tal que incluso algunos medios de comunicación comenzaron a hablar del fenómeno de “uberización” de la economía, para referirse a un nuevo “modelo de negocios” que se sirve de internet con el fin de poner en contacto a clientes y proveedores de servicios a través de una plataforma digital, a la que Vannini define como “una empresa global monopólica que busca maximizar ganancias” (2019:16). Un rasgo distintivo de esta “plataformización del trabajo”, tal como la considera Zukerfeld, es que “los trabajadores (encuadrados como autónomos) realizan actividades laborales a cambio de pagos por tareas para diversos clientes, a los que solo acceden mediante la intermediación de la empresa plataforma” (2020:4).

Este modelo no sólo se limita al ámbito del transporte urbano (en el que, además de Uber, participan empresas como Beat y Cabify), sino que también se extiende a muchos otros rubros, como el del alojamiento, el delivery de alimentos, la mensajería, la compra y venta de productos en general, los servicios domésticos, etc. En ese sentido, es relevante la categorización que realiza Srnicek acerca de los distintos tipos de plataformas existentes: “plataformas publicitarias” (Facebook, Google); “plataformas de nube” (Amazon, Mercado Libre); “plataformas industriales” (empresas relacionadas a la internet de las cosas); plataformas de productos (Spotify, Netflix); y “plataformas austeras” (Uber, Glovo, Rappi), cuyo nombre deriva de no ser propietarias de casi ningún bien o infraestructura, sino puramente intermediarias (2018: 60-100). Este último tipo de plataformas es el que estudiaremos específicamente en este trabajo.

Como se verá en detalle más adelante, el fenómeno de “uberización” ha sido utilizado frecuentemente como sinónimo de flexibilización y precarización del mercado de trabajo. Efectivamente, este tipo de economía afecta de manera directa a las relaciones laborales del mundo contemporáneo. Morales Muñoz y Abal Medina señalan diversos “problemas” que la economía de plataformas está provocando en el mundo del trabajo, como la precarización expulsiva, el control algorítmico y la psicologización política del

¹ Los datos se desprenden de lo publicado en el sitio web de la propia empresa (abril 2019): <https://www.uber.com/ar/es/>

trabajo (2020: 9). Slee, por su parte, sostiene que muchas empresas del rubro están haciendo dinero “gracias a la eliminación de protecciones y garantías alcanzadas tras décadas de esfuerzos, y a la creación de formas más arriesgadas y precarias de trabajo mal remunerado” (2016: 15). Baladán y Hernández Varela, en tanto, afirman que este nuevo fenómeno “tiene incidencia en las relaciones laborales, dado que la mayoría de estas empresas conectan al cliente con el prestador del servicio, desarrollando la actividad, en general, a través de trabajadores independientes”, por lo cual “estas relaciones escapan al ámbito del Derecho Laboral” (2016: 151).

En Argentina, el despliegue de la economía de plataformas es aún incipiente, pero evidencia un constante crecimiento. A principios de 2016, en el país operaban cinco empresas de plataformas de servicios. Para 2018, ya había 12 empresas de este tipo en el país y más de 160.000 personas habían generado algún tipo de ingreso a través de las distintas plataformas existentes (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019: 67).

Más allá de las cifras, el crecimiento de este tipo de economía es palpable en las calles: basta con observar la enorme cantidad de jóvenes que transitan en sus bicicletas o motos por los grandes centros urbanos con una caja en sus espaldas para cumplir con un pedido realizado a través de plataformas como Rappi o Glovo. Por otro lado, el impacto social de este fenómeno es de tal magnitud que forma parte de la agenda mediática y se convirtió también en uno de los temas de campaña de las elecciones presidenciales 2019². Todos estos indicadores dan cuenta de que la economía de plataformas es una temática de relevancia que merece ser rigurosamente estudiada.

Este artículo se enfoca en el desarrollo de la economía de plataformas en Argentina durante el período 2016-2018. Nos limitaremos a tratar los casos de tres empresas de plataformas: las mencionadas Uber, Rappi y Glovo. Estas compañías presentan una serie de características similares que las tornan interesantes para el tema en cuestión. Todas tienen una amplia difusión publicitaria y registran un constante crecimiento desde su llegada al país, evidenciado en el caudal de descargas de sus aplicaciones para *smartphones*, al punto de que “pedir un Uber”, “un Rappi” o “un Glovo” son expresiones que se volvieron parte del lenguaje cotidiano, sobre todo entre la población joven. Por otro lado, estas empresas no se presentan como empleadoras, sino como meras intermediarias entre proveedores de servicios y consumidores. De ese modo, sus empleados no son considerados trabajadores, sino “socios”, “microempresarios”, “emprendedores” o

² El candidato presidencial del Frente de Todos y presidente electo, Alberto Fernández, mencionó en repetidas ocasiones los problemas que generó la “uberización” de la economía argentina durante el gobierno de Mauricio Macri. El Frente de Izquierda-Unidad, por su parte, tomó como uno de los ejes de su campaña la precarización laboral que sufren los trabajadores de la economía de plataformas.

“colaboradores”, libres de las “ataduras” al empleo tradicional, con flexibilidad horaria y ganancias inmediatas, que en función de estos “beneficios” pueden convertirse en sus “propios jefes”. Si bien representan una alternativa laboral para miles de personas que buscan trabajo en un contexto económico crítico, al mismo tiempo son denunciadas por fomentar la desregulación, la flexibilización y la precarización laboral, propiciando la quita de derechos de los trabajadores.

Teniendo presentes estas apreciaciones, la pregunta que guía este trabajo es la siguiente: ¿de qué modo la economía de plataformas expresa un modelo de trabajo funcional a los intereses y a la lógica del neoliberalismo?

El objetivo general de esta investigación es, entonces, estudiar el modelo de trabajo propuesto por Uber, Rappi y Glovo para identificar los vínculos de la economía de plataformas con el neoliberalismo en dos sentidos: las condiciones laborales de sus trabajadores y los valores que transmiten a partir de su propio discurso corporativo. Como objetivos específicos, nos proponemos trazar una radiografía de este tipo de economía en la Argentina, describir las condiciones de empleo de sus trabajadores y analizar los mensajes publicitarios de las mencionadas empresas para identificar qué tipo de valores expresan.

Para ello, entenderemos la precarización laboral como un fenómeno social que propicia el aumento de la vulnerabilidad de los trabajadores (Guamán Hernández e Illueca Ballester, 2012) y tomaremos la perspectiva de autores que analizan al neoliberalismo no desde su aspecto exclusivamente económico, sino más bien como un dispositivo del orden social orientado a la producción de subjetividades y directamente vinculado a la lógica de la competitividad (Michel Foucault, 2007; y Byung-Chul Han, 2014; entre otros).

El abordaje metodológico del trabajo es fundamentalmente cualitativo y se basa principalmente en fuentes secundarias. En ese sentido, utilizaremos datos y estadísticas, producciones académicas, artículos periodísticos, análisis de los sitios web y de piezas publicitarias de las compañías en cuestión, y testimonios de los propios trabajadores de plataformas recogidos por la prensa.

En el primer apartado del trabajo haremos una breve radiografía de la economía de plataformas en Argentina, centrando la mirada en el desarrollo y el funcionamiento de Uber, Rappi y Glovo desde su arribo al país. En segundo lugar, observaremos las características de los modelos de trabajo que proponen estas compañías y las condiciones laborales que ofrecen a sus trabajadores. Aquí cabe una aclaración: en esta investigación no nos enfocaremos en los empleados contratados formalmente por las empresas de

plataformas (es decir, quienes cumplen, por ejemplo, tareas administrativas en las oficinas de cada compañía), sino en sus “proveedores de servicios” (los conductores de Uber y los repartidores de Rappi y Glovo). En tercer término, analizaremos el discurso corporativo de cada una de estas empresas –es decir, lo que expresan sobre sí mismas y cómo se presentan ante la sociedad- para identificar qué tipo de mensaje difunden a través de sus sitios web y de la propia palabra de sus representantes. Por último, a partir de todo lo expuesto, presentaremos las conclusiones para dar respuesta a la pregunta que guía este trabajo.

I. La economía de plataformas en Argentina

Como señalamos al inicio de este trabajo, la economía de plataformas es un negocio en constante expansión dentro de Argentina. A principios de 2016 operaban en el país cinco empresas de plataformas, todas de capitales nacionales: Mercado Libre, Zolvers, Workana, Iguanafix y Nubelo. A partir de entonces, y hasta 2018, se incorporaron otras siete: Uber, Cabify, Glovo, Rappi, Airbnb, Ando y Freelancer (Madariaga et al., 2019: 67).

El crecimiento de la economía de plataformas está vinculado directamente al cambio de gobierno nacional que se produjo en diciembre de 2015. Desde su arribo al poder, el nuevo Ejecutivo “modificó la política económica precedente y propició la flexibilización del sistema de pagos al exterior”, lo que “aceleró el ingreso de nuevas plataformas y filiales de empresas extranjeras al mercado argentino” (Madariaga et al., 2019: 21). Al factor político debe sumarse el económico: los modelos de trabajo de plataformas, caracterizados por la facilidad de ingreso al circuito laboral, proliferaron en buena medida por el aumento de la desocupación y la pobreza entre amplios sectores de la población³, lo que obligó a miles de personas a buscar nuevas formas de empleo para generar ingresos. Para muchos, el trabajo en empresas de plataformas constituyó un “paliativo a la crisis”, un empleo transitorio o una forma de aumentar su desvalorizado salario.

El crecimiento en el número de empresas de plataformas se tradujo, consecuentemente, en un paulatino aumento de la cantidad de trabajadores de esta economía. Sin contar a Mercado Libre⁴, en 2018 más de 160.000 personas generaron algún tipo de ingreso a

³ Según el INDEC, en el año 2018 el desempleo llegó al 9% y la pobreza al 32%.

⁴ Mercado Libre es una empresa de plataforma, pero sus “proveedores de bienes y servicios” –las personas o compañías que comercializan productos a través de su sitio web o su aplicación digital- no son necesariamente trabajadores, como sí consideramos que lo son los conductores de Uber o los repartidores de Rappi, Glovo y otras compañías que ofrecen servicios similares.

través de las distintas plataformas existentes, lo que representa al 1% del total de los ocupados a nivel nacional (Madariaga et al., 2019: 67).

En cuanto a las características de las personas que trabajan en plataformas, se trata primordialmente de varones (el 73,7% del total). La edad promedio es de 37 años y 11 meses, lo que indica que este tipo de economía involucra principalmente a los adultos jóvenes. Por otro lado, el 77,2% de los trabajadores de plataformas vivió en Argentina entre 2013 y 2018, mientras que el 22,8% restante son migrantes recientes, principalmente venezolanos. En su gran mayoría, son personas con dificultades para acceder al mercado de trabajo tradicional (Madariaga et al., 2019: 77-82).

Uber es una de las empresas de plataformas más importantes que opera en Argentina. Nació en 2009 en San Francisco y llegó al país siete años después, el 12 de abril de 2016, no exenta de polémicas⁵. En 2018 ya contaba con 2,2 millones de usuarios a nivel nacional y 55.000 “socios-conductores” activos solamente en la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano bonaerense (Madariaga et al., 2019: 66). A fines de 2019, brindaba sus servicios de transporte de pasajeros también en Mar del Plata y Mendoza.

Trabajar para Uber es relativamente sencillo. Basta con tener un auto de cuatro puertas modelo 2009 en adelante, contar con licencia para conducir y tramitar el certificado de antecedentes penales. No es necesario estar inscripto como monotributista, ni obtener ninguna licencia especial. Si todo está en regla, una persona puede convertirse en chofer de Uber a las pocas horas de haberse descargado la aplicación. Los conductores cobran sus servicios a los pasajeros en efectivo y la empresa aplica una retención del 28% por cada viaje.

Rappi, por su parte, es una empresa colombiana de mensajería *express* que fue fundada en 2015 y que tiene presencia en varios países de América Latina. Básicamente, conecta a repartidores con usuarios de la aplicación para brindar un servicio de *delivery online* de diferentes productos (puede tratarse de alimentos, bebidas, medicamentos de venta libre, etc.). La compañía llegó a Argentina en marzo de 2018 y funciona en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Rosario y La Plata, así como en algunas localidades de la Provincia de Buenos Aires. En el año de su ingreso al país, unas 20.000 personas empezaron a trabajar como repartidores –llamados “rappitenderos”–, pero sólo 3.000 quedaron como permanentes⁶. El 83,6% de sus trabajadores son migrantes recientes, en su mayoría venezolanos (Madariaga et al., 2019: 81).

⁵ Al igual que en otros países, el desembarco de Uber en Argentina provocó un conflicto con los conductores de taxis, quienes denunciaron a la empresa de plataformas por “competencia desleal”.

⁶ El dato es proporcionado por el Capítulo 1 de la serie documental “Plataformas”, producida por *Revista Anfibia*. Disponible en https://www.youtube.com/watch?time_continue=120&v=EmB5_6ien0w

Glovo comparte ciertas características con Rappi. Esta empresa española, fundada en septiembre de 2014, llegó a la Argentina cuatro años después, en 2018, para brindar el mismo servicio de mensajería *express* que Rappi. Además, sus repartidores –los “glovers”- son también en su gran mayoría migrantes recientes. La compañía opera en Buenos Aires, Mar del Plata, Santa Fe, Rosario, Córdoba, Salta, Neuquén y Mendoza. En 2018 tenía más de 12 mil usuarios (Madariaga et al., 2019: 66).

Tanto en Rappi como en Glovo, los repartidores ganan entre 40\$ y 60\$ por pedido⁷, dependiendo de la distancia y el tipo de producto que entreguen. La propina, aclaran ambas aplicaciones, es opcional y queda a criterio del cliente. Las empresas, por su parte, recaudan dinero al cobrar al negocio asociado –sea un restaurante, una farmacia o una tienda comercial- entre el 20% y el 25% sobre el monto total de cada pedido realizado.

Rappi y Glovo comparten los mismos requisitos de ingreso. La condición fundamental es tener motocicleta o bicicleta y un *smartphone*, ya que el vehículo y el teléfono –al igual que en el caso de Uber- no son provistos por las empresas en cuestión. Para empezar a trabajar, no es necesario atravesar engorrosas entrevistas laborales: sólo se debe descargar la aplicación, presentar DNI o pasaporte y acreditar condición de monotributista. Luego, los repartidores deben adquirir una caja térmica de la empresa –cuyo costo corre por cuenta del trabajador- para poder transportar los productos. Una vez que eso está resuelto, resta salir a la calle y esperar que la *app* “ofrezca” el primer pedido.

II. Condiciones laborales de los trabajadores de plataformas

Más allá de las diferencias que se pueden encontrar en los servicios ofrecidos por cada aplicación, las condiciones laborales propuestas por Uber, Rappi y Glovo a sus trabajadores son similares. Como ya se dijo, estas empresas no se reconocen como empleadoras ni como prestadoras de un determinado servicio, sino como intermediarias que vinculan usuarios y proveedores del servicio en sí mismo: son apenas un “puente” entre individuos que necesitan algo e individuos que pueden satisfacer esa necesidad. En una entrevista realizada en 2016, Soledad Lago Rodríguez, gerenta de Comunicaciones de Uber para el Cono Sur, explicó que la empresa opera exclusivamente “como intermediaria entre usuarios que requieren un servicio de traslado y socios que se conectan para brindar ese servicio”⁸. Esto aplica también para Rappi y Glovo, que al igual

⁷ Valores a abril de 2019.

⁸ Máximo, M. y Zunino Singh, D. (2016). Ubermania o uberfobia. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/cronica/ubermania-o-uberfobia/>

que Uber no conciben a sus empleados como trabajadores, sino como “socios” o “prestadores independientes”.

Como consecuencia de esta concepción, y al no firmar ningún tipo de contrato con la empresa –simplemente aceptan los “términos de adhesión” a la *app*-, los (no reconocidos) empleados de plataformas son alcanzados por el sistema de derechos laborales y previsionales propio de los trabajadores independientes. Esto significa que cuentan con “escasos derechos laborales en comparación con los trabajadores en relación de dependencia: no tienen vacaciones pagas, licencias por enfermedad, licencias por maternidad, sistema de asignaciones familiares ni indemnización por despidos, y están excluidos del seguro de desempleo” (Madariaga et al., 2019: 32).

Este modelo de empleo tiene un objetivo claro. Como señala Slee, las compañías de la economía de plataformas “eluden tener que pagar sueldos no teniendo en nómina a sus proveedores de servicios y clasificándolos en cambio como trabajadores independientes” con el fin de esquivar el pago de prestaciones, material de trabajo, indemnizaciones por accidentes laborales y cualquier obligación en materia de seguridad social (2016: 213). Mientras tanto, los trabajadores llegan a trabajar hasta ocho horas diarias y, en muchas ocasiones, no alcanzan a cobrar ni siquiera el salario mínimo⁹.

Las precarias condiciones laborales de los trabajadores de plataformas derivaron en la creación de la Asociación de Personal de Plataformas (en adelante, APP), el primer sindicato de este tipo en América Latina¹⁰, fundado en Buenos Aires el 9 de octubre de 2018 por repartidores y choferes de Uber, Rappi, Glovo y otras aplicaciones. El nacimiento del sindicato fue acompañado por un comunicado en el que los empleados de empresas de plataformas exigieron la presencia estatal para regularizar su situación laboral y denunciaron que

Estas empresas deciden las tarifas, las comisiones y nos obligan a tributar por las operaciones comerciales por las que ellos son responsables. Trabajamos sin seguro de riesgos, sin salario fijo. Firmamos ‘términos y condiciones’ que cambian hasta una vez por mes. Las aplicaciones nos venden los uniformes y las cajas con las que hacemos publicidad en la calle. Pueden bloquearnos y controlarnos cuando quieren. El ingreso es seguro pero la amenaza de bloqueo está presente todo el tiempo¹¹.

⁹ El dato emerge de <http://mijefeesunaapp.org/> - En 2018, el salario mínimo en Argentina oscilaba los \$9.500.

¹⁰ Es de destacar que el nacimiento del sindicato ocurrió después de la primera huelga de trabajadores de plataformas que hubo en América Latina. Ocurrió en Buenos Aires, en julio de 2018, y fue protagonizada por trabajadores de la empresa Rappi.

¹¹ El comunicado completo puede ser consultado en: Tylbor, J. (10 de octubre de 2018) Nace APP: un sindicato para los trabajadores de plataformas. *La izquierda diario*. Disponible en: <http://www.laizquierdadiario.com/Nace-APP-un-sindicato-para-los-trabajadores-de-plataformas>

El citado tramo del comunicado sintetiza, de algún modo, las precarias condiciones de trabajo a las que están expuestos los trabajadores de plataformas, entendiendo la precariedad como:

un fenómeno laboral y social que consiste en el aumento de la vulnerabilidad de los trabajadores como consecuencia de las relaciones que definen la continuidad y el control de su trayectoria profesional. Ello comporta un incremento de la inseguridad, dependencia y vulnerabilidad del trabajador, tanto en lo que refiere a la estabilidad del empleo como a la calidad de las condiciones de trabajo. La precarización reduce la capacidad y autonomía de los trabajadores para planificar y controlar su vida profesional y social, a la vez que comporta una acusada asimetría de las relaciones de poder entre capital y trabajo que definen la relación laboral (Guamán Hernández e Illueca Ballester, 2012: 69).

Probablemente, el mayor nivel de precariedad laboral de los trabajadores se expresa en la facilidad que tienen las empresas para finalizar el vínculo de trabajo. Esto ocurre, generalmente, dando de baja al “usuario-trabajador” o restringiendo la posibilidad de acceso a tareas dentro de la plataforma, muchas veces sin explicaciones por parte de la compañía ni instancias para que el empleado pueda efectuar algún tipo de reclamo¹². En el caso de Uber, los conductores deben “aceptar el 90% de las solicitudes de trayecto” si no quieren ser bloqueados de la plataforma (Slee, 2016: 93)¹³. En Rappi, “la expulsión de la plataforma es una práctica frecuente” para trabajadores que no logran el rendimiento esperado (Madariaga et al., 2019: 30). El testimonio de un empleado de la empresa da cuenta también de la posibilidad de “suspensiones” cuando los repartidores se niegan a tomar pedidos:

Si nos negamos porque no nos conviene la distancia –porque es mucha o vemos que tiene mucho costo y no nos rinde-, nos bloquean por media hora o por una hora. Eso implica que no recibamos pedidos y no podamos trabajar. Es como una suspensión¹⁴.

Otra particularidad del trabajo de plataformas es que los trabajadores son calificados por los “usuarios-clientes” a partir de un sistema de puntaje diseñado por cada aplicación que va de una a cinco “estrellas”. En la práctica, esta suerte de *ranking* funciona como un sistema de premios y castigos. Slee sostiene que, en el caso de Uber, se trata de un “mecanismo clave de control”, ya que “si la calificación de un chofer desciende aunque solo sea ligeramente –por debajo de 4,7 en muchas ciudades- puede ser ‘desactivado’ o expulsado de la plataforma” (2016: 93). En los casos de Rappi y Glovo, los repartidores aseguran que pueden tener mayor o menor libertad para optar entre distintas franjas

¹² Una característica distintiva de las empresas de plataformas es que no cuentan con representantes, “caras visibles”, ante quienes se pueda realizar algún reclamo. Toda la comunicación entre la empresa y sus trabajadores se da a través de la *app*.

¹³ Lo señalado por Slee se circunscribe a las actividades de Uber en Canadá, pero también puede trasladarse a lo que ocurre en Argentina, ya que el modelo de trabajo propuesto por la empresa es similar en los diferentes países en los que opera.

¹⁴ Zuazo, N. y Aruguete, N. (14 de abril de 2019). Uberización del trabajo. *Página/12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/187232-uberizacion-del-trabajo>

horarias de trabajo según su “puntaje”. Sostienen, además, que las empresas pueden manipular esa “tasa de aceptación” y reducirla como una forma de sanción ante un bajo nivel de productividad, algún “incumplimiento” –como rechazar varios viajes- o la realización de un reclamo. Un trabajador de Rappi asegura: “He llegado a hacer hasta diez kilómetros en mi bici destartalada, con una licuadora en la espalda. Si te quejás ante el moderador fantasma, te bajan el puntaje”¹⁵.

Por otro lado, el trabajador debe asumir una serie de costos y tareas que, en el empleo formal, son habitualmente cubiertos por el empleador. Así ocurre, por ejemplo, con los materiales indispensables para el desarrollo de las actividades laborales –vehículos, teléfonos, cargadores, etc.-, que deben ser adquiridos por el propio empleado. El trabajador, además, debe ocuparse de su situación impositiva. La directiva de Uber citada anteriormente informa que “los socios (...) tienen la responsabilidad de elegir y cumplir la manera en que declaran sus ganancias y tributan sus impuestos”¹⁶, ya que eso no es tarea de la empresa.

No hay ningún tipo de medida de seguridad para proteger a los trabajadores, expuestos a los riesgos habituales de la vía pública. Esto ocurre particularmente con los repartidores de Rappi y Glovo, que no cuentan con cascos ni rodilleras provistas por las compañías. Ante casos de accidentes en la calle o de robo de los elementos de trabajo, no hay ninguna cobertura ni asistencia por parte de las empresas¹⁷.

Lo dicho hasta aquí indica que los trabajadores de plataformas deben asumir todos los costos y los riesgos propios de la actividad. Además, están expuestos a la arbitrariedad de las empresas, que pueden despedirlos, suspenderlos o sancionarlos sin ninguna instancia o posibilidad de reclamo ante las autoridades estatales, ya que no hay un contrato que regule la relación laboral. Como señala Slee al analizar los despidos en Uber, “no hay manera de apelar, ya que este [el trabajador] no es un empleado y no existe ningún contrato laboral” (2016: 93).

La “flexibilidad horaria” y la “libertad” laboral que promocionan estas empresas no se condicen con la realidad, ya que, como vimos, todas estas compañías ejercen un verdadero control sobre el desarrollo de las tareas de sus trabajadores. Un tramo del

¹⁵ Curia, D. (9 de septiembre de 2018). La economía de la app es macrismo puro. *Página/12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/140977-la-economia-de-la-app-es-macrismo-puro>

¹⁶ Máximo, M. y Zunino Singh, D. (2016). Ubermania o uberfobia. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/cronica/ubermania-o-uberfobia/>

¹⁷ El 12 de abril de 2019, un trabajador de Rappi murió atropellado en la ciudad de Buenos Aires mientras hacía repartos para la empresa. Se trata de Ramiro Cayola, un joven de 20 años. Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/201904/350019-muerte-ciclista-rappi.html>

comunicado de APP sintetiza esta idea: “Nos prometieron ser nuestros propios jefes, pero nos tratan como esclavos”¹⁸.

En suma, los trabajadores de plataformas están sometidos a un modelo de trabajo basado en la desprotección total. Por sus condiciones, este tipo de trabajo “no reúne los atributos del trabajo decente”, ya que los trabajadores “presentan ingresos inestables, mayor inseguridad, menores posibilidades de formación y limitadas posibilidades de representación sindical” (Madariaga et al., 2019: 128). A pesar de sus apelaciones a la “modernidad” y de las supuestas “bondades” que ofrece el trabajo en las empresas de plataformas, lo que observamos es que, en realidad, los trabajadores de este tipo de economía están expuestos a la incertidumbre y a la inseguridad. Una inseguridad que, tal como señala Castel, se basa en la imposibilidad de “dominar el presente” y “anticipar positivamente el porvenir” (2004: 40).

Desde nuestra perspectiva, y a partir de la caracterización de las condiciones laborales realizada anteriormente, la precarización laboral que fomenta la economía de plataformas está estrechamente vinculada a ciertas prácticas laborales que toman forma en los regímenes neoliberales. Como sostiene Slee, esta economía “está introduciendo un libre mercado despiadado y desregulado en ámbitos de nuestras vidas anteriormente protegidos” (2016: 15). Rivas, añade que:

las transformaciones ocurridas en el mundo del trabajo en los últimos años han generado un modelo laboral en el que los trabajadores pasan a ser proveedores de servicios con obligaciones y dejan de ser trabajadores con derechos (...) La obsesión del neoliberalismo por flexibilizar las relaciones laborales solo responde al imperativo de maximizar las ganancias de la patronal¹⁹.

El fenómeno de la economía de plataformas se inserta en un proceso más amplio, que tiene su inicio en los años '70 con el progresivo desmantelamiento del Estado de Bienestar y su reemplazo por un Estado subsumido a la lógica del mercado y la competitividad, propio de la era neoliberal, que propicia “la desregulación y la precarización laboral”, así como “el correlativo aislamiento de las clases trabajadoras” (Rodríguez Victoriano, 2003: 89). Efectivamente, en el ámbito laboral el neoliberalismo “implica la desregulación progresiva del mercado de fuerza de trabajo” (Guamán Hernández e Illueca Ballester, 2012: 27) con un objetivo claro: abaratar los costos laborales. En ese marco, y por lo que vimos, la economía de plataformas cumple con su cometido.

¹⁸ Tylbor, J. (10 de octubre de 2018) Nace APP: un sindicato para los trabajadores de plataformas. *La izquierda diario*. Disponible en: <http://www.laizquierdadiario.com/Nace-APP-un-sindicato-para-los-trabajadores-de-plataformas>

¹⁹ Rivas, J. (5 de febrero de 2019). Precarización laboral con la economía liberal. *Página/12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/amp/173006-precariacion-laboral-con-la-economia-neoliberal>

III. El discurso corporativo de las empresas de plataformas

Lo visto hasta ahora se vincula más que nada con el aspecto económico y laboral de la economía de plataformas. En este apartado abordaremos su arista más ideológica a partir del análisis del discurso corporativo que las empresas del rubro expresan a través de distintos medios.

Como advertimos anteriormente, para las empresas de plataformas no existe el “trabajador” propiamente dicho, sino el “socio” o “prestador independiente”. En ese sentido, suelen apelar a la figura del “emprendedor” o “microempresario” para referirse a quienes trabajan como proveedores de servicios en cada compañía. Como apunta Slee, este tipo de economía “promete ayudar a individuos, hasta entonces sin poder alguno, a tener un mayor control sobre sus vidas convirtiéndose en ‘microempresarios’. Podemos autogestionarnos, entrar y salir de esta nueva dinámica de trabajo” (2016: 14).

Algo de esto puede verse en una entrevista realizada en 2018 al CEO local de Rappi, Matías Casoy, quien por entonces sostenía que:

Los repartidores no son empleados: nos gusta llamarlos ‘microempresarios’ que disponen de su tiempo, que se conectan o desconectan cuando quieren, que toman el pedido que quieren y se van de vacaciones dos meses si les parece. En esa relación no hay ningún vínculo laboral²⁰.

En igual sentido, Soledad Lago Rodríguez, gerenta de Comunicaciones de Uber para el Cono Sur, afirmaba que los “socios” de la empresa:

son prestadores independientes que eligen cuándo, cómo y dónde conectarse para manejar, en un modelo que se adapta a sus necesidades personales y de vida, y no al revés. Esta es la principal característica que alrededor del mundo los socios destacan: la posibilidad de ser sus propios jefes y disponer de su tiempo con total libertad²¹.

La idea de desarrollar la actividad laboral con “total libertad”, donde el trabajador es su “propio jefe”, está presente en todas las empresas de plataformas analizadas en este trabajo. En su sitio web, Glovo propone: “Trabaja con total libertad. Elige dónde te

²⁰ Catalano, S. (10 de agosto de 2018). La estrategia de Rappi, el “Uber del delivery” que promete revolución con entregas en menos de 35 minutos. *Infobae*. Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/finanzas-y-negocios/2018/08/10/la-estrategia-de-rappi-el-uber-del-delivery-que-promete-revolucion-con-entregas-en-menos-de-35-minutos/>

²¹ Máximo, M. y Zunino Singh, D. (2016). Ubermania o uberfobia. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/cronica/ubermania-o-uberfobia/>

conectas y qué pedidos aceptas”²². Uber, por su parte, ofrece dinero inmediato y ante la pregunta “¿para quién trabajas?”, la respuesta es: “vos mismo”²³. Rappi propone al trabajador ser “su propio jefe” en “una comunidad llena de pasión y con un gran sentido de responsabilidad por hacer feliz a cada usuario, ayudándolo con lo que necesita”²⁴.

La posibilidad de trabajar sin jefes, libre de las “ataduras” del empleo formal, se traduce en un sinfín de “oportunidades” para los individuos. Uber, por ejemplo, titula su sitio web con la frase: “Toma el volante y genera ganancias”. Luego se lee: “Creamos oportunidades poniendo al mundo en marcha. Cuando cuentas con movilidad en tu ciudad, todo es posible. Las oportunidades que se te presentan, de pronto, están más a tu alcance”²⁵. En Glovo incluso se abre la puerta a la posibilidad de que el trabajo sea una instancia lúdica: “Glovo ofrece un método de trabajo más divertido, compartiendo el tiempo con los demás”. Los repartidores, además, pueden aprovechar “la oportunidad de conocer su ciudad” mientras trabajan²⁶.

En la economía de plataformas también es característica la noción del individuo que, a partir de su esfuerzo, todo lo puede. Uber centra una de sus campañas publicitarias bajo el eslogan: “Vos cambiaste el sentido en que se mueve el mundo”²⁷. Además, se repiten las historias de superación y sacrificio por parte de conductores que encontraron en Uber una forma de realización personal. “Si me dices que hay algo que no puedo hacer, lo haré sólo para demostrar que te equivocas”, asegura Tiffany, chofer de la empresa en Estados Unidos. “Conducir me da libertad e independencia”, cuenta Glaucia, desde San Pablo, Brasil²⁸.

Al mismo tiempo, las empresas de plataformas entronizan la productividad y la competencia. Glovo, por ejemplo, advierte a sus repartidores que “lo que ganes por pedido dependerá de tu experiencia y de las valoraciones obtenidas”²⁹. Es decir, los ingresos de los trabajadores están regidos pura y exclusivamente por su propia habilidad y destreza para desarrollar las tareas solicitadas por la empresa (en este caso, entregar pedidos lo más rápido posible) y lograr una buena calificación dentro de la aplicación. El mensaje es claro: quienes más ganan son los que más se esfuerzan.

²² Glovo. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://glovoapp.com/es/bue/>

²³ Uber. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.uber.com/us/en/drive/driving-jobs>

²⁴ Rappi. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.rappi.com.ar>

²⁵ Uber. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.uber.com/us/en/drive/driving-jobs>

²⁶ Glovo. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://glovoapp.com/es/bue/>

²⁷ El video puede observarse en <https://www.youtube.com/watch?v=iGRLnhC3Ar4>

²⁸ A pesar de que los testimonios corresponden a experiencias de choferes en el extranjero, son utilizados por Uber para promocionar sus actividades también en Argentina. Pueden consultarse en <https://www.uber.com/ar/es/you-move-the-world>

²⁹ Glovo. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://glovoapp.com/es/bue/>

Esta idea está directamente vinculada a la lógica de la meritocracia y la competencia: los “socios-conductores” de Uber, los “glovers” o los “rappitenderos” compiten entre sí para obtener más y mejores viajes, así como también un “puntaje” más alto dentro del ranking propio de cada *app*. El problema es que, a partir de la expansión de estas aplicaciones – que cuentan con cada vez más trabajadores-, las horas disponibles de trabajo se reducen progresivamente y, como consecuencia, también disminuyen las posibilidades de ganar dinero. Por otro lado, el sistema de “puntaje” –que habilita o restringe el acceso a más viajes o repartos- es un mecanismo que, como plantean Morales Muñoz y Abal Medina, hace que los empleados de plataformas perciban su mayor o menor grado de “éxito” laboral como una “consecuencia directa de una responsabilidad individual, no una coacción externa”. Y allí, argumentan las autoras, es donde “reside la fuerza de la psicologización política del trabajo: mediante los dispositivos de autogobierno las coacciones son invisibilizadas, y se fomenta la responsabilidad individual por las condiciones de trabajo a las que se accede” (2020: 10).

Las aplicaciones, además, instan a que los individuos aprovechen el tiempo libre, no ya como espacio de ocio, sino como una instancia que puede ser “monetizada”. Glovo, por citar un ejemplo, asegura que la “flexibilidad” de su servicio permite que sus repartidores “dispongan de más libertad y generen ingresos en su tiempo libre”³⁰.

A partir de lo expuesto podemos establecer los vínculos que, a nuestro criterio, existen entre la economía de plataformas y el neoliberalismo, entendido no como una teoría meramente económica, sino como un dispositivo del orden social que requiere determinado tipo de sujeto. Como sostiene Lazzarato, “la economía neoliberal es una economía subjetiva, es decir, una economía que requiere y produce procesos de subjetivación”, cuyo modelo ya no es el hombre que intercambia y el productor, sino el empresario (2013: 43). Savater, por su parte, sostiene que la fuerza del neoliberalismo “radica en que fabrica un tipo de ser humano, un tipo de vínculo con los demás y con el mundo: el yo como empresa o marca a gestionar, los otros como competidores, el mundo como una serie de oportunidades a rentabilizar”³¹.

Es de notar que, al caracterizar a los trabajadores como “microempresarios”, la economía de plataformas no hace otra cosa que fabricar un sujeto en torno a la figura del “empresario de sí mismo”, tan presta al ideario neoliberal y tan presente en los discursos corporativos de Uber, Rappi y Glovo. Dichos discursos son, de algún modo, una forma

³⁰ Glovo. [en línea]. [consulta: 24 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://glovoapp.com/es/bue/>

³¹ Fernández-Savater, A. (29 de mayo de 2019). Antropología neoliberal. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/05/28/opinion/1559062838_317776.html

más de difusión y vehiculización de los valores neoliberales hacia la sociedad. Al preguntarse dónde reside el ejercicio del poder del neoliberalismo, Savater responde:

Desde luego, no donde miramos obsesivamente (el teatro parlamentario), sino en los mil dispositivos que pueblan nuestra vida cotidiana: ligando en Tinder, moviéndonos en Uber, interactuando en Facebook, podemos captar sensiblemente la mutación antropológica en marcha. El neoliberalismo es existencial y produce formas de vida deseables³².

En el centro del mensaje publicitario difundido por Uber, Rappi y Glovo está la idea de que si el individuo desea generar ingresos altos debe ser lo más productivo posible. Como vimos en el ejemplo de Glovo, que propone un modelo de trabajo “divertido”, dicha productividad es incentivada desde la apelación al trabajo como una instancia lúdica. Zukerfeld apunta que muchas empresas de plataformas “buscan identificarse con valores que eran ajenos a las firmas industriales: comunidades, creatividad, apertura, afectos, felicidad, juegos, disfrute y, ante todo, libertad”, lo cual “ayuda a involucrar a trabajadores no remunerados o mal remunerados”. En ese sentido, “toda esta axiología ideológica (...) provee una legitimación fundamental” para que la “plataformización del trabajo funcione adecuadamente” (2020: 38). Por otro lado, como señala Han, esto tiene una relación directa con el modelo de trabajo neoliberal, ya que:

Para generar mayor productividad, el capitalismo de la emoción se apropia del juego, que propiamente debería ser lo otro del trabajo. Ludifica el mundo de la vida y del trabajo. El juego emocionaliza, incluso dramatiza el trabajo, y así genera una mayor motivación. A través de una rápida experiencia exitosa y de un sistema de gratificación instantánea se aumentan el rendimiento y el producto (2008: 77).

La producción está íntimamente ligada a la competencia, que en el caso de las empresas de plataformas se da entre conductores o repartidores por acaparar más y mejores viajes, y por mantener una “tasa de aceptación” alta. No quedan dudas: el “microempresario” de la economía de plataformas es el *homo economicus* del que hablaba Foucault. Es decir, un sujeto ligado estrechamente a la producción, la empresa y la competencia (2007: 182). Tal como planteaba el autor francés, al buscar la sumisión de la sociedad a la lógica competitiva, el neoliberalismo construye una trama social en la que los individuos tienen forma de empresa. Lo que se pretende, en definitiva, es “generalizar, mediante su mayor difusión y multiplicación posibles, las formas empresa”. Se trata de “hacer del mercado, de la competencia, y por consiguiente de la empresa, lo que podríamos llamar el poder informante de la sociedad” (2007: 186). Con sus apelaciones al “microempresario” y a la “productividad”, las empresas de plataformas se insertan de lleno en la lógica neoliberal.

³² Fernández-Savater, A. (29 de mayo de 2019). Antropología neoliberal. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/05/28/opinion/1559062838_317776.html

Tanto en sus sitios web como en sus propias aplicaciones, Uber, Rappi y Glovo revitalizan además la idea del sujeto como un individuo que debe afrontar todo por su cuenta:³³ los elementos que le permiten desarrollar su trabajo, su salud, su seguridad, sus ingresos y sus impuestos. La idea del trabajo como una instancia colectiva queda totalmente suprimida: se fomenta el aislamiento del individuo, cuyos éxitos o fracasos –el hecho de que gane más o menos dinero, por ejemplo- son su exclusiva responsabilidad. Abal Medina y Morales Muñoz aseguran que, en la economía de plataformas, “las explicaciones y la atribución de responsabilidades se trasladan desde las instituciones a los individuos”, donde “cada uno tiene lo que se merece, pues es fruto de sus acciones individuales y no de constricciones estructurales” (2020: 4). Y esto tiene un efecto claramente disciplinador, ya que, como sostiene Han, “quien fracasa en la sociedad neoliberal se hace a sí mismo responsable y se avergüenza, en lugar de poner en duda a la sociedad o al sistema” (2014: 18).

Otra de las particularidades del mensaje expresado por las empresas de plataformas es el de la posibilidad de que los individuos trabajen en un ámbito de completa libertad. Desde nuestra perspectiva, esto también tiene un nexo directo con el neoliberalismo, que expresa su poder en términos productivos, no restrictivos. Es decir, no a partir de la coerción del individuo, sino a través de la afirmación de la libertad. El neoliberalismo acentúa y radicaliza una forma del ejercicio del poder, presente en fases anteriores del capitalismo, que no impone prohibiciones, sino que ofrece –como Uber, Rappi y Glovo- un cúmulo de libertades y oportunidades para que el individuo pueda realizarse, ser “su propio jefe”, ganar dinero fácil y rápidamente, y manejar sus tiempos. Han plantea que:

En el régimen neoliberal la explotación ya no se produce como alienación y desrealización de sí mismo, sino como libertad, como autorrealización y autooptimización. Aquí ya no existe el otro como explotador que me fuerza a trabajar y me aliena de mí mismo. Más bien, yo me exploto a mí mismo voluntariamente creyendo que me estoy realizando (2017: 64).

Esta forma positiva y productiva del poder “no se basa en la opresión”, sino que “opera más bien de forma constructiva” (Han, 2016; 20). Se trata de una forma de poder que, es más sutil que aquella que coarta libertades. Básicamente porque el poder productivo, a diferencia del restrictivo, busca ganarse el consentimiento del dominado. Actúa por persuasión. Así, la opresión queda invisibilizada: el sujeto no es consciente de que está siendo oprimido. Cuanto menos visible es ese poder³⁴, mayor es su capacidad para influir sobre las prácticas y las ideas de los individuos.

³³ Al respecto, es interesante recordar que Travis Kalanick, uno de los fundadores de Uber, es un confeso admirador de las ideas ultraindividualistas de Ayn Rand, defensora del egoísmo racional y el *laissez faire* (Slee, 2016: 17).

³⁴ Han incluso llega a decir que “(e)l poder brilla por su ausencia” (2016: 78).

Conclusiones

A partir de lo expuesto a lo largo de este trabajo, podemos arribar a algunas conclusiones en relación a la pregunta realizada al inicio de la investigación: ¿de qué modo la economía de plataformas expresa un modelo de trabajo funcional a los intereses y a la lógica del neoliberalismo?

En primer lugar, consideramos que, efectivamente, la economía de plataformas propone un modelo de trabajo directamente ligado a la lógica neoliberal. Es más: incluso podríamos decir que la economía de plataformas es el modelo de trabajo neoliberal en la era de la revolución tecnológica y digital. Esto, a nuestro entender, se expresa en dos aspectos que se encuentran en el corazón del neoliberalismo: por un lado, la precarización laboral como forma de disminuir los llamados “costos laborales” para maximizar las ganancias empresariales; por el otro, la producción de subjetividades en torno a la figura del empresario de sí mismo, es decir, el tipo de sujeto que requiere el orden neoliberal.

En relación a la precarización, las empresas de plataformas representan un tipo de modelo laboral que profundiza la desregulación y la flexibilización del trabajo. Como vimos, Uber, Rappi y Glovo se presentan a sí mismas como intermediarias con “socios”, y no como proveedoras de servicios con un *staff* de trabajadores, justamente para encubrir relaciones de trabajo que violan los más elementales derechos laborales. De este modo, los trabajadores realizan una actividad que los excluye del acceso a vacaciones pagas, licencias por enfermedad y cualquier otro tipo de beneficio propio de la Seguridad Social, asumiendo todos los costos y los riesgos de la actividad, y careciendo de medidas de seguridad que protejan su integridad física. Esto es lo que, al analizar el caso de una empresa de plataformas española, Morales Muñoz y Abal Medina llaman “precarización expulsiva”, donde “la ausencia de las protecciones laborales, la inexistencia de personal donde el repartidor pueda recurrir frente a algún problema, o la carencia de lugares de resguardo para la espera entre pedidos”, dan cuenta de “las plataformas como consolidación de un modelo donde todos los riesgos son traspasados al trabajador, ahora autónomo, quien debe hacerse cargo individualmente” (2020: 9).

Por otro lado, la supuesta libertad que ofrecen las empresas de plataformas a sus trabajadores es ficticia: lo analizado demuestra que dichas compañías aplican distintos mecanismos de control sobre el desarrollo y la evaluación del trabajo de sus empleados. Pueden, además, determinar los porcentajes de ingresos que retienen a sus trabajadores, modificar arbitrariamente los “términos de adhesión” a la aplicación y finalizar los

vínculos laborales sin ningún tipo de explicación ni indemnización. Todo eso es posible porque no hay regulación ni intervención estatal.

Este modelo de trabajo se inscribe en el paulatino proceso de desmantelamiento del Estado de Bienestar. En ese sentido, es funcional a los intereses neoliberales porque fomenta la precarización como una forma de brindar enormes réditos a las corporaciones del rubro. Gracias a este modelo, las empresas de plataformas reducen sus costos al máximo: no deben invertir en infraestructura, materiales de trabajo, salarios, impuestos ni habilitaciones especiales para poder desarrollar su actividad. Las víctimas son los trabajadores, que en un crítico contexto económico acuden a la oportunidad laboral más “a mano” –y vaya la metáfora, si tenemos en cuenta que sólo necesitan un teléfono con internet para acceder a las aplicaciones- con el fin de poder sobrevivir. Si bien es cierto que ofrece oportunidades de generación de ingresos para miles de personas, el trabajo de la economía de plataformas no contribuye a la formación y a la constitución de la identidad del sujeto en términos de realización, satisfacción y seguridad, sino de vulnerabilidad e inestabilidad.

En relación a la producción de subjetividades, la economía de plataformas no sólo constituye un espacio de difusión sino también de legitimación de los valores neoliberales, arraigados a la lógica de la competencia, la productividad, la meritocracia y el híper individualismo. Este tipo de economía contribuye, además, a la creación de un determinado sujeto: el “empresario de sí mismo”, competitivo y productivo, responsable de sus éxitos y de sus fracasos. En definitiva, el tipo de sujeto que requiere el neoliberalismo para reproducirse socialmente.

Al proponer un capitalismo “simpático”, moderno, que sólo ofrece oportunidades de crecimiento y realización personal, la economía de plataformas esconde el propósito neoliberal de aislamiento de los trabajadores y de ruptura de todas las formas e instancias de organización colectiva, con su consecuente efecto disciplinante sobre la mano de obra. Por otro lado, la concepción del individuo que todo lo puede a partir de su propio esfuerzo y sacrificio constituye un rechazo implícito a la presencia estatal como instancia reguladora de la vida social.

El poder neoliberal es un poder productivo que invisibiliza las relaciones de poder. Y allí es donde la economía de plataformas hace también su aporte. Como vimos a lo largo de estas líneas, el mensaje que se expresa a través del contenido publicitario de Uber, Rappi y Glovo cumple con ese mecanismo de invisibilización del poder: la precarización se

maquilla y toma forma de trabajo deseable, “divertido”, “flexible”, “libre”. El discurso neoliberal de las empresas de plataforma funciona como sustento de la precarización.

La economía de plataformas abre múltiples desafíos en torno a las relaciones laborales del mundo contemporáneo. Más aún si se tiene en cuenta que, a medida que avance el indetenible desarrollo tecnológico, esta forma de economía se impondrá cada vez más sobre los modelos de trabajo tradicionales, afectando la vida de millones de personas en todo el mundo. En ese sentido, nuevos estudios tendrán que evaluar de qué manera y qué tipo de medidas pueden adoptarse para compatibilizar el impactante fenómeno de la revolución digital con un modelo de trabajo enfocado no ya en la precarización, sino en la protección de los trabajadores. Por sobre todas las cosas, habrá que preguntarse cuál será el rol del Estado y qué margen de acción tendrá en este nuevo contexto económico, tecnológico e ideológico. Como afirma Vannini, “es necesario regular a las plataformas para encauzar las necesidades de trabajo en verdaderos espacios que permitan la reproducción ampliada de la vida de las personas y no la subsistencia planteada desde la búsqueda y el esfuerzo individual”. En ese sentido, “desarmar (...) el discurso del ‘emprendedor’ es fundamental porque es perverso que una sociedad que no resuelve problemáticas sociales básicas imponga a los sujetos la búsqueda de la salvación individual” (2019: 17).

Mientras tanto, la economía de plataformas ofrece libertad, pero en la práctica vemos que sólo reduce la autonomía y la capacidad de los trabajadores para planificar y controlar su propia vida profesional y social. La única parte que goza de libertad dentro de esta relación laboral encubierta es, entonces, la empresa. En definitiva, detrás del eslogan “sé tu propio jefe” no hay independencia ni una puerta de escape al disciplinamiento propio del trabajo asalariado, sino ausencia de derechos e incertidumbre.

Bibliografía

- Castel, R. (2004). *La inseguridad social, ¿Qué es estar protegido?*, Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Baladán, F. y Hernández Varela, J. (2016). “Nuevas manifestaciones del relacionamiento laboral: E-Recruiting, reputación digital, trabajo 3.0 y relaciones laborales en la economía colaborativa”. *XVI Simposio Argentino de Informática y Derecho* (SID 2016) - JAIIO 45 (Tres de febrero, 2016), 143-155. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/58264>
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: FCE.
- Guamán Hernández, A. e Illeca Ballester, H. (2012). *El huracán neoliberal: una reforma laboral contra el trabajo*. Madrid: Fundación CEPS.
- Han, B.-Ch. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-Ch. (2016). *Sobre el poder*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-Ch. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.
- Lazzarato, M. (2013) *La fábrica del hombre endeudado. Ensayo sobre la condición neoliberal*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst, C. (2019). *Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?*, Buenos Aires: CIPPEC- BID - OIT.
- Morales Muñoz, K., y Abal Medina, P. (2020). “Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España”. *Psicoperspectivas*, 19 (1), 97-108. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issuel-fulltext-1680>
- Slee, T. (2016). *Lo tuyo es mío. Contra la economía colaborativa*, Buenos Aires: Taurus.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editores.
- Rodríguez Victoriano, J. M. (2003) “La producción de subjetividad en los tiempos del neoliberalismo: hacia un imaginario con capacidad de transformación social”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 21(1), 89 - 105. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/CRLA0303120089A>
- Vannini, P. (2019). “Capitalismo cognitivo y plataformas, una mirada desde la economía social”. En *Revista Idelcoop*, 228, 11-19. Disponible en: <https://www.idelcoop.org.ar/revista/228/capitalismo-cognitivo-y-plataformas-una-mirada-economia-social>
- Zuckerfeld, M. (2020). “Bits, plataformas y autómatas. Las tendencias del trabajo en el capitalismo informacional”. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 7, 1-50. Disponible en: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/ojs/index.php/lat/article/download/623/532>
- ### Artículos periodísticos
- Agencias de noticias Télam. (13 de abril de 2019). Murió atropellado un ciclista que hacía repartos para Rappi. Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/201904/350019-muerte-ciclista-rappi.html>
- Catalano, S. (10 de agosto de 2018). La estrategia de Rappi, el “Uber del delivery” que promete revolución con entregas en menos de 35 minutos. *Infobae*. Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/finanzas-y-negocios/2018/08/10/la-estrategia-de-rappi-el-uber-del-delivery-que-promete-revolucion-con-entregas-en-menos-de-35-minutos/>
- Curia, D. (9 de septiembre de 2018). La economía de la app es macrismo puro. *Página12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/140977-la-economia-de-la-app-es-macrismo-puro>
- Fernández-Savater, A. (29 de mayo de 2019). Antropología neoliberal. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/05/28/opinion/1559062838_317776.html
- Máximo, M. y Zunino Singh, D. (2016). Ubermania o uberfobia. *Revista Anfibia*. Disponible en: <http://revistaanfibia.com/cronica/ubermania-o-uberfobia/>
- “Plataformas”. Serie documental producida por Revista Anfibia. Dirección: Tomás Pérez Vizzón. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=120&v=EmB5_6ien0w

- Rivas, J. (5 de febrero de 2019). Precarización laboral con la economía liberal. *Página/12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/amp/173006-precarizacion-laboral-con-la-economia-neoliberal>
- Tylbor, J. (10 de octubre de 2018) Nace APP: un sindicato para los trabajadores de plataformas. *La izquierda diario*. Disponible en: <http://www.laizquierdadiario.com/Nace-APP-un-sindicato-para-los-trabajadores-de-plataformas>
- Zuazo, N. y Arguete, N. (14 de abril de 2019). Uberización del trabajo. *Página/12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/187232-uberizacion-del-trabajo>

Sitios web

Glovo: <https://glovoapp.com/es/bue/>

Rappi: <https://www.rappi.com.ar>

Uber: <https://www.uber.com/ar/es/>

Uber - “You changed the way the world moves”. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=iGRLnhC3Ar4>