



La transformación del paisaje mediático se presta a manipulaciones aún mayores que en el pasado. Grupos radicales se aprovechan de la debilidad de los medios tradicionales para lograr un efecto real y negativo en el consumo de noticias. Conocerlo es esencial para proteger a nuestras sociedades de las radicalizaciones que estos fenómenos implican. De ahí que hayamos traído como estudio principal uno que ha sido elaborado al respecto por dos analistas en torno a la actividad de los grupos de supremacistas blancos en Estados Unidos. La cuestión quedó reflejada posteriormente en los sucesos de Charlottesville (Virginia) y en la reacción del presidente Donald Trump el pasado verano. No es algo lejano. A menudo, las tendencias que despuntan en EE UU acaban llegando a Europa.

Paul De Grauwe, catedrático de Economía Política en la London School of Economics, ha escrito un profundo libro sobre las oscilaciones entre mercado y Estado, que acaba defendiendo el equilibrio que tiene que existir entre ambos, un tema oportuno en estos tiempos en que se cuestionan tanto la globalización como las políticas públicas. Para la segunda reseña de libros, hemos elegido el de Ilana Gershon, que analiza las transformaciones radicales del mercado laboral que vienen de la mano de la nueva economía, en la que cambiar de trabajo cada dos años se ha vuelto algo habitual. El trabajador ha de ser flexible, pero también sentir pasión por lo que hace.

Como ideas de desarrollo más corto, aportamos, en primer lugar, un estudio que ha detectado cómo las áreas metropolitanas industriales más sujetas a procesos de automatización tendieron a votar más a Donald Trump. El segundo apunta que la lucha contra el cambio climático con medidas unilaterales nacionales puede socavar la competitividad e incluso el bienestar de las sociedades que las aplican. El tercero se refiere a una nueva era de gran influencia política de las grandes corporaciones.

Espero haber despertado su interés.

Con mis mejores saludos,

**Andrés Ortega**

*Director*





---

## EL TEMBLOR DE LA MANIPULACIÓN

ARTÍCULO ORIGINAL: **Alice Marwick** y **Rebecca Lewis**.

RESUMEN Y COMENTARIO: **Soledad Gallego Díaz**.

**SÍNTESIS:** *Grupos de supremacistas blancos, antifeministas o ultraconservadores se conectan en el movimiento Alt-Right y se aprovechan en Internet de la actual vulnerabilidad de los medios de comunicación tradicionales, hasta el punto de lograr un efecto real y negativo en el consumo de noticias.*

La estrategia de manipulación tiene sus raíces en la cultura de participación propia de Internet y se basa en el uso inteligente de maniobras de amplificación y de definición del marco en el que se discute. Lo que importa es ser capaz de definir una historia o una noticia desde el principio y lograr que se informe de ella en los medios tradicionales, independientemente de que lo hagan porque pretenden desenmascararla o rechazarla.

### | LIBROS |

LOS LÍMITES DEL MERCADO. *The Limits of the Market: The Pendulum between Government and Market*, de **Paul De Grauwe**.

DESCOLOCADOS EN LA NUEVA ECONOMÍA. *Down and Out in the New Economy. How People Find (or Don't Find) Work Today*, de **Ilana Gershon**.

### | OTRAS IDEAS DE INTERÉS |

LOS LUDITAS VOTARON A TRUMP. **Carl Benedikt Frey**, **Thor Berger** y **Chinchi Chen**. *Las zonas industriales afectadas por la automatización en EE UU votaron más al actual presidente.*

IMPACTO DE LAS POLÍTICAS AMBIENTALES UNILATERALES EN LA COMPETITIVIDAD. **Jared C. Carbone** y **Nicholas Rivers**. Hay un vínculo negativo entre políticas climáticas nacionales, competitividad e, incluso, bienestar.

EL PODER POLÍTICO DE LAS EMPRESAS. **Luigi Zingales**. En la actualidad, con grandes corporaciones globales dominantes, podría volverse a un excesivo poder político de las empresas.

# EL TEMBLOR DE LA MANIPULACIÓN

---

■ **Publicación:** «Media Manipulation and Desinformation Online», Data & Society, mayo de 2017. Descargable desde el siguiente enlace: <https://goo.gl/u8sDkv>

■ **Alice Marwick** dirige el proyecto Media Manipulation del Data & Society Research Institute, radicado en Nueva York y dedicado al desarrollo tecnológico, gestión de datos y sus aspectos sociales y culturales. Ha publicado *Status Update: Celebrity, Publicity and Branding in the Social Media Age* (Yale University Press, 2013). **Rebecca Lewis** obtuvo la maestría del Oxford Internet Institute con una tesis sobre las elecciones primarias de 2016 en Estados Unidos. Actualmente es analista en el citado instituto.

## LA IDEA

*Resumen: Grupos de supremacistas blancos, antifeministas o ultraconservadores se conectan en el movimiento Alt-Right y se aprovechan en Internet de la actual vulnerabilidad de los medios de comunicación tradicionales, hasta el punto de lograr un efecto real y negativo en el consumo de noticias.*

En los meses previos a las elecciones presidenciales de Estados Unidos, en 2016, se produjo un esfuerzo conjunto de grupos relacionados con la llamada subcultura de Internet para lograr manipular los medios de comunicación tradicionales, desde la televisión por cable hasta *The New York Times* o *The Washington Post*, y promover mensajes a favor de Donald Trump. Una amalgama de subculturas se coordinó para aprovechar la vulnerabilidad de los medios tradicionales y atacar su credibilidad, aumentando al mismo tiempo su propia visibilidad y la audiencia de sus mensajes.

Según este análisis, esos grupos son una pieza importante del puzle que explica la victoria de Trump y ayudan a entender el movimiento Alt-Right, término creado en 2008 por Richard Spencer con la idea de expandir el ámbito de lo políticamente aceptable, dando visibilidad y pátina de seriedad, incluso académica, a grupos supremacistas blancos o antifeministas. Sin ánimo de ser exhaustivas, Marwick y Lewis enumeran una lista de grupos y subculturas, ordenados por apartados específicos:

- a) **Troles.** Inicialmente humorísticos. Incluyen actividades malignas, destinadas a destruir la credibilidad de medios y personas. Se rigen por la llamada «ley de Poe»: no se puede estar nunca seguro de si lo que dicen es serio o provocación humorística.
- b) **Gamergates.** Comunidad caracterizada por el consumo de videojuegos que aloja ahora a una clase particular de fanáticos admiradores de la tecnología, que pueden describirse a sí mismos como NEETS, siglas en inglés de «ni trabaja, ni estudia ni recibe formación». Introducen el culto a la masculinidad en Alt-Right.
- c) **Grupos de odio.** Supremacistas y nacionalistas blancos utilizan las redes desde hace tiempo, pero sólo ahora, a través de sus vinculaciones con otros subgrupos, han alcanzado una nueva presencia.
- d) **Manosfera.** Colección de blogs, foros y webs que reúnen a quienes se consideran víctimas de los cambios sociales provocados por el feminismo.
- e) **Teóricos de la conspiración.** Cineastas aficionados suben sus «documentales» *conspiranoicos* en YouTube y en otras plataformas. Incluyen desde el rechazo a las vacunas hasta las clásicas teorías antisemitas, pero también islamofobia y temas de-

dicados a acentuar la desconfianza en el gobierno y en los medios de comunicación tradicionales.

**f) Influyentes (*influencers*).** Determinados troles, *gamers* y teóricos de la conspiración juegan un papel esencial en la manipulación de los medios tradicionales porque consiguen obtener grandes coberturas. Se trata, por ejemplo, del supremacista blanco Richard Spencer, director del National Policy Institute y editor de AltRight.com; Andrew Anglin, que lleva el blog *Daily Stormer*, especializado en expandir el nacionalismo blanco; Milo Yiannopoulos, personalidad en el mundo antifeminista y antiislam, que en los últimos tiempos ha quedado apartado al conocerse su opinión sobre la pedofilia; y Andrew «Weev» Auernheimer, conocido trol que ahora usa su talento para expandir también el nacionalismo blanco. Uno de los más grandes «conspiranoicos» de Estados Unidos es Alex Jones (*Infowars*).

**g) Medios hipersectarios.** En los últimos diez años, han surgido numerosas webs y bitácoras vinculadas a la hipermilitancia de derecha. Las redes actuales van mucho más allá de Fox News. El modelo es *Breitbart News*, de Steve Bannon, situado en el centro de este ecosistema, pero también están *Daily Caller*, *The Gateway Pundit*, *The Washington Examiner*, *Infowars*, *Conservative Treehouse* o *Truthfeeds*.

Según las autoras, para estos grupos existe una guerra cultural que está ganando la izquierda y por eso movilizan a sus seguidores con un sentido de urgencia, aunque no hay que excluir que parte de sus usuarios busque, simplemente, la aceptación y un cierto estatus dentro de sus comunidades. El dinero es también una excelente motivación, porque en ocasiones supone importantes ingresos por publicidad.

La estrategia de manipulación tiene sus raíces en la cultura de participación propia de Internet y se basa en el uso inteligente de maniobras de amplificación y de definición del marco en el que se discute. Lo que importa es ser capaz de definir una historia o una noticia desde el principio y lograr que se informe de ella en los medios tradicionales, independientemente de que lo hagan porque pretenden desenmascararla o rechazarla.

Una parte importante del estudio analiza qué ha hecho que los medios tradicionales sean tan vulnerables a este tipo de manipulación. Entre otras razones, se enumeran la disminución de la confianza en los medios tradicionales por su excesiva dependencia de fuentes oficiales y de sus ingresos publicitarios; el que esos medios hayan ignorado voces disidentes y, al mismo tiempo, se hayan hecho más proclives al sensacionalismo; la falta de recursos para comprobación de hechos y periodismo de investigación; y, algo muy importante, la consolidación de grandes grupos mediáticos, que ha provocado la disminución de medios e información local. La constante necesidad de novedades con las que llenar los ciclos informativos en las webs de grandes medios, unida al recorte de recursos, les ha hecho depender más de fuentes como Twitter, o de blogs. En la campaña electoral, Trump fue capaz de producir un constante flujo de noticias escandalosas y de declaraciones ofensivas que hicieron aumentar su cobertura porque, a su vez, provocaban mayor número de clics. Si no fuera por la amplificación que les han proporcionado los medios tradicionales, esas creencias hubieran seguido siendo parte de subculturas poco influyentes.

Marwick y Lewis proporcionan 23 páginas de notas y otras tantas de pura bibliografía (artículos, informaciones y libros) que constituyen un excelente material de trabajo, imprescindible para quien desee ampliar sus conocimientos sobre el tema.

## COMENTARIO

---

Por **Soledad Gallego Díaz**, periodista, ex directora adjunta de *El País*.

La victoria de Donald Trump, primero como candidato republicano y después como 45.º presidente de Estados Unidos, ha dado lugar a cientos de interpretaciones en todo el mundo. Una de las investigaciones más interesantes trata de averiguar hasta qué punto tuvieron influencia en ambas victorias las llamadas subculturas de Internet, representadas por grupos con ideología de extrema derecha, pero también por grupos que sólo comparten determinadas motivaciones, como la reivindicación de la masculinidad, el nacionalismo blanco o simples trolés que pretenden denunciar mediante la ironía y la ambigüedad la hipocresía de lo políticamente correcto.

Algunos expertos, como Whitney Phillips o Gabriella Coleman, son escépticas ante la idea de que los usuarios de este tipo de redes o foros fueran decisivos en la victoria de Trump. Para ellas, conceder una importancia excesiva a estos grupos es un error, porque se minimizan otras evidencias y porque se otorga mucho poder a un puñado de personas que aprovecha la confusión para reclamar su protagonismo en el éxito y aumentar al mismo tiempo su influencia.

Otros analistas, en cambio, como las autoras de este trabajo, creen que el desconocimiento de estas subculturas y de sus técnicas «combinadas» es extremadamente peligroso porque, trabajando conjuntamente por objetivos comunes, han conseguido una presencia notable en capas cada vez más polarizadas de la sociedad y porque promueven una manipulación cada vez más exitosa de las agendas de los medios tradicionales: televisión por cable o grandes cabeceras de la web.

Éste es el punto fuerte del trabajo de Marwick y Lewis y el más documentado. En el informe se estudian cuatro casos que sostienen sus tesis: Andrew Anglin y sus falsas páginas sobre uniones de estudiantes blancos en las universidades, que provocaron una considerable controversia en medios tradicionales; la manera en la que se manipuló una imagen de Hillary Clinton uniendo el lema «la candidata más corrupta de la historia» con una estrella de David, que hizo que los medios tradicionales reaccionaran por el pretendido antisemitismo, difundiendo al mismo tiempo la imagen denigrante; la campaña de *Infowars* sobre la salud de Hillary Clinton, rebotada extensamente con una cobertura clásica; y el llamado *Pizzagate*, según el cual la candidata demócrata recibía fondos de una red de pedofilia, difundido a través de Facebook.

Lo que subyace en el fondo de este trabajo es un desolador pliego de acusaciones contra los medios tradicionales, que demostraron durante las campañas de Donald Trump y Hillary Clinton que eran incapaces de esquivar la enorme presión que recibieron de esos grupos y foros.

En lo único que coinciden los analistas es en que las sociedades modernas pasan por un proceso de atomización, de manera que mucha gente se percibe a sí misma ya no en términos políticos, sino de pertenencia a un género (soy hombre, soy mujer, soy gay, soy transexual), una raza, una cultura (soy *gamer*, trol)... La pregunta que la gente se hace hoy en día, asegura Kenan Malik, no es «¿en qué tipo de sociedad quiero vivir?», sino «¿quién soy?». La política de la ideología da paso a la política de la identidad y, en ese campo, los grupos y subgrupos de Internet son insuperables.

---

*«Una amalgama de subculturas se coordinó para aprovechar la vulnerabilidad de los medios tradicionales y atacar su credibilidad».*

---

---

*«El movimiento Alt-Right expande el ámbito de lo políticamente aceptable a grupos supremacistas blancos o antifeministas».*

---

*«La dependencia de los medios tradicionales del número de clics les hizo incapaces de esquivar la presión durante la campaña de Donald Trump».*

---

El problema que se plantea a raíz de la victoria de Trump (y quizás también del Brexit) es si esos grupos atomizados están participando en estrategias comunes y están facilitando victorias o derrotas electorales (políticas), presentándose bajo una única y ambigua etiqueta, con mensajes contrarios a lo políticamente correcto, el multiculturalismo y la globalización, mezclados con islamofobia, machismo o supremacía blanca. Es decir, si existe una manipulación organizada de medios tradicionales, incluidos Twitter, Facebook o YouTube, y si el esfuerzo que realizaron todos estos grupos durante la campaña de Donald Trump puede dirigirse en el futuro hacia otros objetivos comunes.

Los principales interesados en definir el problema y su propio papel deberían ser los medios tradicionales, que se juegan la credibilidad y, de hecho, muchos de ellos han abierto ya sus propias investigaciones. Otros, no tradicionales pero muy influyentes como Facebook, por ejemplo, buscan soluciones técnicas para impedir la propagación de noticias falsas y grandes cabeceras, y han colocado filtros más potentes para detectar las manipulaciones «desinformativas». En el caso de Facebook o YouTube, el debate se debería ampliar para impedir que esas soluciones técnicas deriven en censura encubierta de comentarios «inapropiados» o, lo que es todavía más difícil, para evitar que los mecanismos de «selección personalizada de la información» hagan que los individuos terminen viviendo en burbujas a la que sólo llegan noticias que le resultan «cómodas». Pero ésa es otra pesadilla.

## LOS LÍMITES DEL MERCADO

---

**Paul De Grauwe**, *The Limits of the Market: The Pendulum between Government and Market* («Los límites del mercado: el péndulo entre Estado y mercado»), Oxford University Press, Nueva York, 2017, 192 págs.

Por **David Ontaneda**

La crisis de 2008 puede ser uno de los puntos de inflexión que marcan las repetidas oscilaciones de péndulo que han determinado la preponderancia del mercado y del Estado (*government*) en la economía durante los dos últimos siglos. Paul De Grauwe adopta una posición pragmática para describir el rol y las limitaciones externas e internas inherentes al sistema de mercado y al Estado y muestra cómo el sistema económico actual es una simbiosis de ambos. De hecho, el libro se basa principalmente en conceptos de economía pública y del comportamiento para construir argumentos llenos de sentido común con los cuales tal vez sólo quienes se identifiquen con uno de los dos extremos ideológicos podrían discrepar. Además, presenta elementos de debates de actualidad, como la amenaza que representa el euro para el funcionamiento adecuado del sistema de mercado en Europa, o cómo la teoría del retorno de la supremacía del capital de Piketty explica una de las formas en las que el sistema de mercado puede alcanzar sus límites. De esta manera, De Grauwe ayuda a entender las razones por las cuales debe existir un balance entre mercado y Estado, lo cual es de gran relevancia en estos tiempos agitados que parecen indicar cambios en la economía mundial.

### Las oscilaciones del péndulo económico

En los dos últimos siglos se pueden distinguir grandes tendencias de décadas en las cuales la preponderancia del mercado ha sido la regla y otras en las cuales el Estado (o gobierno, como dicen los anglosajones) ha liderado la economía. Efectivamente, la historia económica moderna se caracteriza por ciclos de alternancia que han permitido el desarrollo de los elementos que forman parte del sistema económico contemporáneo.

El siglo XIX vio la expansión del sistema de mercado que permitió un gran progreso tecnológico en las diferentes regiones del planeta que imitaron la liberalización económica que dio lugar a la Revolución Industrial en Gran Bretaña. A pesar del sufrimiento causado por la Primera Guerra Mundial, el predominio del mercado continuó durante las primeras décadas del siglo XX, hasta la llegada de la Gran Depresión en los años treinta, momento en el que los mercados fallaron. Fue entonces cuando los gobiernos empezaron a adquirir preponderancia en la economía mundial. Ciertos países, como la Unión Soviética, ya se habían dirigido hacia una economía de planificación central; sin embargo, la tendencia hacia una mayor participación del Estado en la economía se sintió en todo el planeta. Por ejemplo, tanto en Estados Unidos, a través del *New Deal*, como en la Alemania nazi, el Estado pasó a liderar la economía mediante un gran programa de inversión pública. Adicionalmente, después de la Segunda Guerra Mundial, los gobiernos desarrollaron el sistema de seguridad social como una respuesta ante la incapacidad del mercado de hacerse cargo de consecuencias sociales negativas como el desempleo y las enfermedades de los trabajadores.

Sin embargo, el capitalismo volvió a reinar desde los años ochenta, después de que las economías centralmente planificadas y el liderazgo económico del Estado llegaran a su tope. Esta vez, los principios del sistema de mercado alcanzaron a ámbitos donde no se

habían aplicado previamente, como la educación universitaria y la cultura. Incluso se profundizó en el mundo empresarial a través de bonos por eficiencia y *outsourcing*. Parecía que el mercado había triunfado en todo, hasta que llegó la crisis del 2008, que parece mostrar nuevamente que el sistema de mercado también tiene límites.

¿Qué explica las oscilaciones del péndulo económico? El mercado puede lograr un bienestar material sin igual debido a su carácter descentralizado, que fomenta la creación de nuevos productos y servicios, así como métodos de producción más eficientes. Su éxito parece ser ubicuo mientras dura el auge; sin embargo, llega un punto en el que choca contra sus límites, causando su propia decaída. Es entonces cuando el Estado acude al rescate de la economía. Pero una economía no puede ser controlada centralmente debido a que el gobierno no puede tener toda la información necesaria para organizarla y porque un sistema controlado por el Estado no crea los incentivos necesarios para fomentar el esfuerzo y la creatividad.

Hoy en día, está claro que el mercado y el Estado dependen necesariamente el uno del otro. Los altos salarios de los que gozan ciertos países, como los nórdicos, pueden ser interpretados como un ejemplo de la simbiosis entre mercado y Estado. Los buenos sueldos reflejan una gran productividad que es fruto de –y contribuye a– la existencia de un círculo virtuoso. Los elevados ingresos permiten financiar bienes y servicios provistos por el Estado, los cuales, a su vez, contribuyen a fomentar una alta productividad que da lugar a altos salarios. Así, los elementos del sistema de mercado y estatista se complementan y refuerzan unos a otros logrando el bienestar social.

### **El mercado: eficiencia e indiferencia**

El sistema de mercado es el que mayor éxito ha tenido en cuanto a creación de riqueza, pero está lejos de ser perfecto. Las cosas van bien cuando coinciden la racionalidad individual y la colectiva. Cuando esto no ocurre, el mercado puede estrellarse contra sus límites. De Grauwe explica que existen dos tipos de límites. Los externos, conocidos como «externalidades» en la jerga de los economistas, se refieren al hecho de que las decisiones individuales afectan positiva o negativamente a otros y estas consecuencias no se toman en cuenta en el sistema de mercado. Una externalidad negativa se da, por ejemplo, cuando una fábrica vierte sus desechos químicos a un río, matando a los peces que viven en él, lo cual influye en la actividad de los pescadores aguas abajo. En cambio, si una persona decide arreglar y pintar su casa, generará una externalidad positiva haciendo que su barrio sea más bonito y, posiblemente, los vecinos se beneficiarán de la revalorización de todas las casas del barrio. Pues bien, existen tres límites externos (externalidades negativas) del sistema de mercado: la degradación ambiental; la inestabilidad y el riesgo sistémico de los mercados financieros, y la insuficiencia de bienes públicos.

En ningún otro campo el fenómeno de los límites externos es más importante que en la emisión de dióxido de carbono. Un sinnúmero de actividades industriales e individuales producen dióxido de carbono, que es emitido a la atmósfera en detrimento de la salud de las personas y que contribuye al calentamiento global. Así, las condiciones de vida de la gente se ven afectadas por las decisiones de otros y resulta prácticamente imposible que los responsables asuman los costos de los daños. El problema de las emisiones de dióxido de carbono es una amenaza tanto para el sistema de mercado como para el bienestar de las personas.

En segundo lugar, otro importante límite externo del sistema capitalista es el mercado financiero. A lo largo de la historia, se ha caracterizado por ciclos de euforia y contracción que se producen por la externalidad que las expectativas de unas personas generan

en otras. Realizar inversiones en él requiere inevitablemente tratar de predecir el futuro, lo cual es imposible. Ante esta debilidad, la mayoría de la gente opta por seguir el comportamiento de «gurús», al suponer que pueden prever el futuro con mayor precisión. De este modo, se genera un comportamiento gregario determinado por las expectativas de dichos «gurús». Si éstos piensan que la cosa va bien, todos los inversores se sumarán a la euforia, aunque no existan las suficientes razones técnicas para justificar esa actuación, creando una burbuja que tarde o temprano termina estallando y acarreando graves consecuencias al sistema económico y al bienestar individual de los afectados. Además, una segunda externalidad se halla dentro de este límite: debido a la interconexión entre entidades financieras, si una de éstas falla, afecta a las demás, creando un riesgo sistémico. La importancia de algunas de ellas, que son «demasiado grandes para caer», ha llevado a una situación perversa en que los gobiernos nacionalizan las pérdidas mientras que las ganancias se privatizan.

El tercer límite externo está constituido por los bienes públicos. Se trata de bienes que benefician a todos y sobre los cuales nadie puede ejercer un derecho de propiedad privado. Un ejemplo clásico es la defensa nacional. Un ejército nacional no puede defender sólo a ciertos ciudadanos de un país ante un ataque del exterior y nadie puede usar al ejército para sus intereses particulares (al menos en teoría). El sistema de mercado no tiene mecanismos para crear bienes públicos, pues desde el punto de vista individual es más beneficioso que otros paguen por un bien público, ya que, de todas maneras, todos lo disfrutarán. Es mejor para una persona no aportar fondos para financiar al ejército, ya que, de todos modos, lo tendrán que proteger. Por lo tanto, el mercado no puede generar espontáneamente bienes públicos, limitando el bienestar de la sociedad.

### **¿Puede el mercado autorregularse?**

La segunda categoría de límites del sistema de mercado son los internos. Se refieren al conflicto emocional que las consecuencias del sistema de mercado generan en muchas personas. De Grauwe basa su exposición en la idea de Daniel Kahneman, quien sostiene que el cerebro humano se rige por dos sistemas, uno racional y calculador y otro emocional e intuitivo. Es nuestra parte emocional la que impone límites internos a la expansión del sistema de mercado, pues éste conduce a una falta de satisfacción personal por una injusta distribución del ingreso, la insuficiencia de motivación por el trabajo y la falta de cooperación.

El mercado se centra en la eficiencia económica y es indiferente a la distribución del ingreso, pero éste puede no ser coherente con el sentido de justicia de muchas personas. Incluso quienes resultan beneficiados por el sistema de mercado pueden volverse en contra de éste, debido a su empatía por el sufrimiento de las personas que resultan perjudicadas por la injusticia de la pobreza y la desigualdad.

Por otro lado, también existe una discrepancia entre la motivación por el trabajo en sí mismo y la remuneración. Este sistema da mayor importancia a la motivación financiera e incluso tiende a desplazar la motivación intrínseca por el trabajo. Así, existen trabajadores mejor pagados pero menos felices con su trabajo. Además, el capitalismo genera un conflicto entre competencia y cooperación. A pesar de que el ser humano es por naturaleza cooperativo, el modelo capitalista incentiva cada vez más la competencia dentro de las empresas, lo cual puede llevar a reestructuraciones que buscan rentabilidad y afectan al bienestar emocional de los trabajadores.

Si bien los límites internos y externos del sistema de mercado son reales, se podría argumentar que el mercado tiene la capacidad de regularse a sí mismo para evitar que

aquéllos le conduzcan al colapso. En teoría, existen mecanismos –como la internalización de costos, el progreso tecnológico y la satisfacción de necesidades materiales– que harían que el mercado se regule a sí mismo sin la necesidad de la intervención del Estado. Pero ¿puede el mercado autorregularse? Primero, para que los agentes económicos paguen por los efectos negativos que ocasionan en los demás, es necesario el establecimiento y aplicación de derechos de propiedad. Eso sólo puede hacerse desde fuera del mercado. Segundo, si bien el progreso tecnológico podría ayudar a disminuir la contaminación, esto no ha sucedido en grandes segmentos de la sociedad. Tercero, la teoría de la satisfacción de bienes materiales supone que las personas, una vez que hayan cubierto sus necesidades materiales, se centrarán en satisfacer las demás, limitando la expansión del sistema de mercado. Sin embargo, la realidad demuestra que esto no es aplicable; siempre se desarrollan productos nuevos y emocionantes que incrementan nuestras necesidades materiales. Incluso si esta teoría fuese correcta, se debe considerar que una importante proporción de la población mundial no ha llegado a satisfacer sus necesidades materiales, por lo que este mecanismo tardaría demasiado tiempo en entrar en funcionamiento. En consecuencia, el mercado no puede regularse a sí mismo y es necesario que el Estado lo haga.

### **El Estado: bien común y limitaciones**

El Estado es el mecanismo a través del cual expresamos nuestras emociones y tiene la capacidad de regular, de cierta manera, el sistema de mercado. Por ejemplo, para limitar las externalidades negativas causadas por las actividades de mercado, el gobierno puede establecer impuestos o límites cuantitativos. En lo referente a los bienes públicos, puede proveerlos mejorando el bienestar común; y, con respecto a la desigualdad de la distribución del ingreso, puede utilizar el sistema impositivo, pero se enfrenta al dilema entre distribución y eficiencia. La existencia de demasiada igualdad, como en el sistema comunista, o de demasiada inequidad, que genera inestabilidad social y política, perjudica el crecimiento económico. Sin embargo, los datos empíricos muestran que es posible que muchos países puedan beneficiarse, en términos de eficiencia económica, de una mayor igualdad, debido a la estabilidad social que una distribución del ingreso más justa genera.

Aunque el Estado es capaz de mejorar los resultados del mercado, también se enfrenta a límites. Para promover el bien común, tiene que influir, inevitablemente, en el interés privado a través de la coerción. A fin de reducir las externalidades negativas, debe limitar la capacidad de los individuos de tomar sus propias decisiones. Además, las soluciones puestas en marcha por el gobierno adolecen de muchos problemas al ponerse en práctica. De igual manera, para proveer bienes públicos, el Estado debe obligar a todos a pagar por ellos, incluso a quienes no desean la existencia de algunos. Adicionalmente, se generan efectos secundarios que perjudican a personas específicas, como quienes ven sus tierras expropiadas para la construcción de una carretera. Lo mismo ocurre cuando el gobierno desea lograr una mejor distribución del ingreso, pues es necesario establecer más impuestos. Si la coerción se torna muy fuerte, las personas pueden hastiarse de la presencia del Estado y volverse contra él.

Incluso los aspectos en los cuales el Estado juega un papel esencial pueden convertirse en una amenaza. Por ejemplo, los sistemas de seguridad social existen para aportar un poco de justicia a los resultados del sistema de mercado; pero, al mismo tiempo, una red demasiado amplia da lugar a un riesgo moral. Por ejemplo, si el seguro de desempleo es demasiado generoso, los parados no buscarán trabajo con la misma intensidad. Si este comportamiento se vuelve masivo, aquéllos que sí contribuyen al sistema lo empezarán a ver como injusto y pueden volverse contra él.

Por otra parte, el Estado se enfrenta a un problema de información para intervenir en la economía. Por ejemplo, para lograr que los emisores de dióxido de carbono internalicen los costos externos que generan, se requeriría medir científicamente el importe de los daños y la contribución de cada emisor al deterioro. Incluso omitiendo esa gran debilidad, el gobierno puede emprender una política general para limitar las externalidades negativas; no obstante, esto se da en medio de una importante asimetría de acción colectiva de los interesados. La minoría causante del perjuicio puede organizarse más fácilmente y está dispuesta a invertir grandes cantidades de recursos para evitar que el gobierno los obligue a internalizar sus costos externos. En muchos países, los intereses de esta minoría prevalecen, mientras que en otros las instituciones democráticas permiten que sean los de la mayoría los que dominen. En este aspecto, el funcionamiento de la democracia es fundamental para que las políticas estatales busquen el bienestar de la mayoría.

### **Hacia dónde vamos**

En la parte final del libro, De Grauwe dedica dos capítulos a entrar en debates de actualidad relacionados con el sistema de mercado y el Estado. En el primero, plantea que la existencia del euro, tal como la unión monetaria está diseñada actualmente, es una amenaza para el sistema de mercado. La pérdida de la soberanía monetaria hace que el presupuesto de los países miembros sea procíclico, agravando los *shocks* negativos y creando grandes tensiones sociales y políticas. Para el autor, las únicas soluciones permanentes son todo o nada. Por un lado, se puede hacer de Europa un Estado federal, creando un gobierno europeo con autoridad presupuestaria o, por otro, sería necesario volver a las monedas nacionales.

El segundo debate de actualidad que De Grauwe aborda se refiere a la hipótesis del francés Thomas Piketty, quien plantea que vivimos en un mundo en que el capital crece a una tasa más rápida que la producción y que su alto retorno genera que cada vez una mayor proporción del ingreso vaya a parar a manos de los dueños del capital. Esto implica que es más fácil hacerse rico a través de la propiedad de activos que a través del esfuerzo. En términos del debate mercado-Estado, la desigualdad de rentas que esta situación genera hace que el sistema de mercado sea percibido como injusto. Por lo tanto, es necesario restringir la gran desigualdad en la propiedad de los activos para salvar el capitalismo de sus límites internos.

Ahora bien, es imposible predecir con certeza si, en el futuro, el mundo será testigo de oscilaciones perpetuas del péndulo económico. De Grauwe plantea un escenario pesimista y uno reformista. En el primero, el péndulo volvería a dar lugar a la supremacía del gobierno, pues el hecho de que los costos externos no son internalizados y la existencia de una gran desigualdad en la distribución del ingreso y la riqueza pueden conducir al rechazo del sistema de mercado. En el segundo, la sociedad puede impedir que el capitalismo alcance sus límites a través de las reformas necesarias. Para que ello suceda, dos condiciones son indispensables: el funcionamiento adecuado de las instituciones democráticas y la cooperación internacional. Sin embargo, en la actualidad parece que ambas están lejos de conseguirse. Entonces, cabe preguntarse: ¿alcanzará el sistema de mercado antes sus límites internos o los externos? A pesar de ser una pregunta muy difícil de responder, el autor sugiere que los límites externos impuestos por el medioambiente pueden rozarse antes que los internos determinados por la desigualdad en la distribución del ingreso.

Así, el trabajo de De Grauwe nos deja dos grandes conclusiones para entender el debate mercado-Estado. Primero, el mercado se centra en la eficiencia y el Estado, en la distribución. Segundo, ambos están sujetos a limitaciones, por lo que dependen el uno del otro para el buen funcionamiento del sistema económico. Por ello, es necesario que la sociedad

busque los mecanismos para corregir los fallos del mercado y de los Estados, consiguiendo un mayor bienestar para todos.

\*\*\*

**Paul De Grauwe** es catedrático de Economía Política en la London School of Economics (LSE). Fue miembro del Parlamento belga entre 1991 y 2003. Sus publicaciones incluyen *The Economics of Monetary Union* (Oxford University Press, 2016) y *Lectures on Behavioral Macroeconomics* (Princeton University Press, 2012).

**David Ontaneda** es máster en Desarrollo Económico y Crecimiento por la Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad de Lund (Suecia).

## DESCOLOCADOS EN LA NUEVA ECONOMÍA

---

**Ilana Gershon**, *Down and Out in the New Economy. How People Find (or Don't Find) Work Today* («Descolocados en la nueva economía: Cómo la gente encuentra (o no) trabajo hoy en día»), The University of Chicago Press, Chicago y Londres, 2017, 304 págs.

Por **Alexandra Bussler**

El mercado de trabajo está experimentando una transformación radical en las últimas décadas, y no sólo en España. En el mundo laboral de hoy en día, caracterizado por la precarización del empleo, existen cada vez más trabajadores por cuenta propia, y los contratos temporales parecen haber sustituido el empleo estable y seguro. Es un mundo en el que cambiar de puesto de trabajo cada dos años se ha vuelto algo habitual, y los riesgos que ello supone son casi enteramente asumidos por el trabajador y en el que el individuo que busca trabajo debe ser flexible, proactivo, altamente mediatizado y, sobre todo, debe sentir pasión por su trabajo (y ya no un sentido de pertenencia a la empresa o a un puesto de trabajo).

Éste es el moderno mundo laboral que Ilana Gershon analiza en éste, su último libro, en el que parte de la idea de que el modo de pensar sobre la contratación laboral y el empleo en general ha cambiado radicalmente. Es un estudio detallado y asequible sobre esta nueva forma de ver el empleo, nacida en el famoso Silicon Valley de Estados Unidos, y que supone un cambio de paradigma de la figura del trabajador desde el «yo-como-propiedad» al «yo-como-empresa». Esto implica una alteración importante de las obligaciones que recaen sobre los trabajadores, así como de la manera en que deben proceder cuando buscan trabajo.

Como anuncia la autora en las primeras páginas de su libro, lejos de ser un manual de instrucciones sobre cómo encontrar trabajo en la modernidad, trata más bien de analizar los consejos que reciben hoy día los demandantes de empleo. No sólo aprendemos lo que significa ser solicitante de empleo en la actualidad, sino también cómo ha mutado el proceso de contratación en un mundo cada vez más cambiante, tecnológico e individualista. Evitando usar términos como «capitalismo» o «neoliberal», Ilana Gershon consigue destapar en su obra los dilemas que están surgiendo bajo este nuevo paradigma de la relación laboral, no enteramente interiorizados en los procesos de contratación.

Para ello, la antropóloga traza primero la historia del concepto de relación laboral para, en un segundo paso, analizar cómo perciben la contratación las partes involucradas en el proceso. Su trabajo está basado en un amplio estudio de campo del mercado laboral en la bahía de San Francisco, la cuna de empresas emergentes estadounidenses como fueron en su día Google o Apple. Aun admitiendo Gershon que, al concentrarse en esta área geográfica específica de las nuevas tecnologías, corre el riesgo de limitar la representatividad de su investigación, las conclusiones que presenta bien sirven como presagio de lo que veremos, y de hecho ya estamos empezando a ver, en el mercado laboral en Europa.

### **Cambio de paradigma: el «yo-como-propiedad» y el «yo-como-empresa»**

Desde la Revolución Industrial y hasta hace muy poco, el empleo se ha entendido según la metáfora inspirada en John Locke del «yo-como-propiedad». Según ésta, el indivi-

duo posee un conjunto de habilidades y tiempo que alquila voluntariamente al empleador por un período determinado a cambio de una remuneración. Entonces ya empezaron a surgir las primeras luchas obreras que posibilitaron regulaciones sobre la separación de la vida privada de la laboral. También se desarrolló el concepto de exclusividad y lealtad hacia el empleador, ya que un buen empleo significaba en general seguridad laboral, un contrato indefinido y una relación estrecha entre las partes contractuales. Según Gershon, esta metáfora del «yo-como-propiedad» está a punto de desaparecer en el mundo laboral actual, que está cambiando rápidamente y se caracteriza por una inseguridad omnipresente. En su lugar, debemos empezar a pensar de manera diferente cuando hablamos del mundo del empleo: la búsqueda de trabajo, la contratación o las renunciaciones laborales. La autora descubre que el cambio más profundo que se observa es que el contrato laboral se considera hoy como un contrato entre empresas (*business-to-business*), bajo una nueva metáfora según Gershon: el «yo-como-empresa», que hace el mercado laboral cada vez más deshumanizado y trata a los trabajadores como objetos en lugar de seres humanos.

La novedad reside en que el individuo ya no alquila sus capacidades, sino que se considera él mismo como su propia empresa, la *Me Inc.*, que a su vez representa un conjunto de habilidades, contactos, cualidades y experiencias que se venden al empleador como solución específica a corto plazo para resolver problemas particulares. En un contrato entre empresas se espera que el servicio se entregue de inmediato, no se necesita formar al contratado y los contratos no suelen ser indefinidos. Tampoco se supone que una empresa tenga que asegurar o invertir en su socio. De ahí que surgen, según la autora, nuevos dilemas que tienen el potencial de cambiar profundamente la organización de la economía: mientras que el trabajador tiene que aprender a considerarse y administrarse como empresa, todo parece indicar que esta situación está beneficiando más a las empresas en general que al trabajador. La gran incongruencia es que el ser humano no funciona como una empresa: tiene necesidades y cualidades que varían según el contexto y, sobre todo, no puede simplemente «disolverse», como hace una empresa en períodos de falta de trabajo.

### ¿Qué ha cambiado para el trabajador?

Ilana Gershon entrevistó durante varios años a solicitantes de empleo, representantes de los departamentos de recursos humanos y reclutadores, así como a asesores laborales, pertenecientes en su mayoría al mundo de la alta tecnología y de las *start-ups*. El propósito de la antropóloga era averiguar lo que supone ser un trabajador moderno una vez que ha empezado a entender la relación de trabajo como un contrato entre empresas. Le sorprendió encontrar un mundo laboral drásticamente diferente al que hemos conocido hasta ahora: de ahí la aparición masiva de una industria de orientación laboral, como los talleres para enseñar a manejar las redes sociales laborales. Es un mundo en el que la mayoría de los procesos de contratación ya suceden virtualmente y en el que la tecnología, que supuestamente se desarrolló para facilitar la contratación, ha creado nuevos problemas a los que tienen que enfrentarse los candidatos en busca de empleo. Si bien es cierto que las formalidades del proceso de contratación, como el currículum o la entrevista laboral, siguen siendo las mismas, lo que ha cambiado es cómo se tramitan.

Una consecuencia lógica de que el demandante de empleo se considere como una empresa es que debe empezar a implicarse en áreas propias de ésta, como son el *marketing* y la publicidad. Crear una marca personal virtual consistente y auténtica, que represente la esencia personal (el «yo verdadero», algo similar al concepto del *marketing* corporativo o el de los productos), ya se ha convertido en un requisito generalizado en los ta-

lles de empleo, aunque esto supone un dilema: ¿cómo presentarse uno mismo como un conjunto de rasgos abstractos y atractivos, como ser «comunicativo» u «organizado», lo que supuestamente funciona bajo cualquier circunstancia, y al mismo tiempo no parecer estático, ya que las capacidades deben continuamente desarrollarse y mejorar? Es decir, ¿cómo mantener el equilibrio entre «previsibilidad» y «flexibilidad», siendo dos conceptos opuestos entre sí? Es más, el margen de lo que es aceptado comúnmente como «auténtico» es estrecho, especialmente para los trabajadores especializados fuera del área de oficinas que se encuentran con dificultades prácticas, pues ¿cómo puede presentarse como «único» un trabajador de cadena de montaje?

Como la permanencia en una empresa es cada vez más corta, los asesores laborales dan cada vez más importancia a una presencia profesional virtual estable del demandante de empleo. Pero paradójicamente, los responsables de contratación entrevistados por Gershon admiten no haberse dado cuenta todavía de este cambio de forma en la que se muestran los candidatos. Sin embargo, el uso de plataformas *on-line* profesionales como LinkedIn, la más popular a nivel mundial hoy en día, ha cambiado drásticamente el proceso de búsqueda de empleo. No solamente enterarse de una oferta, sino también el primer contacto con la empresa, la solicitud de empleo y la creación y gestión de contactos profesionales se hacen hoy en día en este tipo de redes.

Una de las razones más importantes de la popularidad de estas plataformas es la facilitación del aparentemente todopoderoso *networking*, en el que uno no necesita siquiera tener que conocer personalmente a los contactos. Muchos entrevistados afirman que el *networking* representa una solución social a los nuevos problemas que surgen con el uso de las nuevas tecnologías en el proceso de contratación. Un ejemplo son los sistemas algorítmicos de seguimiento de solicitudes que seleccionan los candidatos por palabras clave y rechazan a aspirantes –que corresponderían perfectamente al puesto ofertado– que no pasan por el filtro de las palabras requeridas. Así pues, conocer a alguien en la empresa que oferta el puesto puede significar poder rodear estos sistemas y hacer llegar la solicitud directamente al escritorio del responsable de personal. Por ese motivo, estas plataformas, como LinkedIn, permiten crear rápidamente lazos profesionales relevantes que pueden ser útiles para la futura búsqueda de empleo. Parece que ciertos códigos morales están ganando en importancia, como la «cadena de favores» altruistas: ayudar a otro sin esperar a cambio que éste le devuelva el favor, pero sí esperando que «alguien» le haga alguno en el futuro. Muchos entrevistados constatan que mantener buenas relaciones con los compañeros de trabajo, clientes o superiores es una clave para encontrar empleo.

Si bien las plataformas no controlan directamente el uso que se hace de ellas, sí lo dirigen implícitamente mediante, por ejemplo, las aplicaciones que ponen a disposición del usuario. Por otra parte, cada plataforma tiene estructuras de participación diferentes que están en continua transformación, y mantener una presencia mediática consistente en distintas plataformas puede generar confusión, sobre todo para los trabajadores mayores que no están acostumbrados al mundo digital.

La multitud de entrevistas llevadas a cabo por Gershon es una muestra de las distintas opiniones que se mantienen sobre el uso y limitaciones de estas nuevas plataformas. Así, por ejemplo, varios grupos no consiguen presentar su vida profesional de manera coherente en estas plataformas genéricas; éste es el caso sobre todo de los académicos, obreros y empleados por proyectos. La autora habla con *start-ups* que ya están desarrollando plataformas adaptadas a las necesidades específicas de ese tipo de trabajadores. Sin embargo, cómo evolucionarán las estructuras de participación y el uso de estos nuevos medios es todo menos previsible.

A este respecto, la antropóloga hace una advertencia, al ver un gran riesgo en que los futuros trabajadores se pierdan delante de la pantalla al crear su marca personal, promocionándola a través del sinfín de plataformas existentes e intentando ampliar su red profesional. Todo ello supone una inversión de tiempo y dinero, y no siempre tendrá el efecto deseado. Según Gershon, el factor suerte es determinante.

### **¿Cómo piensan los que toman las decisiones en el proceso de contratación?**

Al examinar la percepción por el lado empresarial, Gershon identifica profundos problemas estructurales a la hora de determinar el porqué de que un proceso tan simple como la contratación se complique. Se debe a las interacciones entre reclutadores, responsables de contratación, y los departamentos de recursos humanos. Cada uno de ellos tiene un papel y una estrategia institucional diferente y, a menudo, las tareas de unos y otros se complican por falta de comunicación.

El reclutador tiene la función de «guardián», es el que primero contacta a los candidatos en busca de un puesto de trabajo vacante y el que decide quién pasa o no por los primeros filtros. Ya es habitual que los reclutadores trabajen por cuenta propia y sean contratados por las empresas, y por eso precisamente suelen entrar en conflicto con el responsable de contratación. Éste sabe perfectamente a quién está buscando para llenar la vacante, pero no tiene el tiempo de ocuparse de ello. Las entrevistas revelan que a menudo se les acusa de querer evitar el tener que escoger o rechazar a los candidatos. Es precisamente la razón por la cual contratan a los reclutadores, que a su vez se quejan de no recibir la información requerida para realizar bien su trabajo. Esta falta de interlocución se convierte a su vez en motivo de futuros malentendidos. Por último, el departamento de recursos humanos tiene la función de vigilar que los procesos de contratación sean justos y conformes a la ley; es por lo que suelen entrar en conflicto con estos dos últimos, que preferirían acelerar los procesos.

La discrepancia entre los roles institucionales de los diferentes actores en el proceso de contratación crea tensiones y vuelve los procesos disfuncionales –a expensas de los solicitantes de empleo–. Los aspirantes tienen que anticipar cómo pasar por los algoritmos de seguimiento de las aplicaciones; encajar en la descripción, a menudo demasiado genérica, de un puesto de trabajo; y, si tienen éxito, encontrarse finalmente frente a un responsable de contratación sin saber si son realmente ellos a quienes éste está buscando.

En cuanto a los motivos, Gershon los busca en el lado empresarial, que todavía no ha interiorizado este cambio en la interrelación laboral. Lo bueno es que, al tratarse de problemas institucionales, éstos pueden cambiarse, y no son fallos humanos como muchas veces solían malinterpretar los entrevistados por las compañías.

### **Las trampas del «yo-como-empresa»**

La mayoría de los entrevistados por Iliana Gershon se sienten atrapados en un nuevo mercado laboral que requiere de ellos lo inconciliable: ser flexibles, aunque vivan constantemente en peligro por la inestabilidad e inseguridad laboral. Se les exige que asuman los riesgos, presentándolos como un elemento positivo de su trayectoria laboral. Los hechos demuestran, sin embargo, que la mayoría de ellos rechazan vivir con las desventajas que supone el empleo temporal. Sobre todo, la población activa de más de cuarenta años parece verse involuntariamente presionada a adoptar la nueva metáfora de la relación laboral.

Encarnar el nuevo «yo-empresa» resulta una tarea complicada, ya que aspectos como la salud, la educación y la vivienda, que se definían hasta hace poco como privados, se

convierten en factores que determinan el trabajar como empresa. Una consecuencia lógica de este enfoque sería una disminución de la necesidad de bienes públicos como la sanidad pública o la protección social. Sin embargo, Gershon afirma lo contrario: hoy en día existe más inseguridad que nunca para la población activa, y tiene efectos notables sobre las inversiones personales y hasta sobre la tasa de fertilidad, que en Europa está en mínimos históricos. Entonces, ¿cómo convertir el riesgo en un elemento positivo de la trayectoria profesional? Se necesitarían, según la autora, redes de seguridad que protejan a los trabajadores en los crecientes tiempos de transición laboral o desempleo involuntario (se hace aquí referencia al concepto de «renta básica universal»). Asimismo, argumenta que los gobiernos deberían fortalecer las regulaciones que garanticen un nivel de equidad entre el empleado y el empleador, para que no haya espacio para la explotación laboral moderna. Cuando el trabajador es una empresa, ya no se trata de asegurar sus derechos como trabajador, sino minimizar sus riesgos como empresa.

Sin embargo, parece que las empresas sólo están adoptando todavía la modalidad del «yo-como-empresa» en función de si obtienen ventajas de ello. Así, leemos el caso de Tom, un consultor independiente al que una empresa ofreció una nueva forma de remuneración llamada *sweat-equity* (capital-sudor), que prevé un salario en forma de participaciones en la empresa. No obstante, la compañía no quiso revelarle cuál era el modelo real del negocio. Es evidente que a Tom no se le consideró como socio, sino como un empleado en términos de la antigua metáfora. No aceptó el trato. Son los mismos trabajadores quienes, al fin y al cabo, decidirán cómo se irá forjando la nueva metáfora del «yo-como-empresa»; ellos pueden exigir a las compañías que se adapten al nuevo paradigma y permitan el desarrollo individual de cada uno de sus «socios». Es perfectamente imaginable que un «buen empleador» será el que facilite la creación de redes profesionales en el lugar de trabajo y ayude a la transición laboral; es decir, el que sea un «buen trampolín de salida para el trabajador».

Una consecuencia lógica de los contratos laborales cada vez más cortos es que los trabajadores evitarán implicarse en tareas demasiado específicas dentro de la empresa, ya que no le garantizan mayor capacitación para su futura empleabilidad. Por ello, los empleadores tendrán que replantearse cómo incentivar de nuevo la especialización. En esta línea podría ir el hecho de que hoy se le exija al trabajador pasión y compromiso por su tarea. En uno de los pocos momentos de crítica explícita, Gershon lo ve como un nuevo método para retener a los trabajadores cuando el viejo mantra de la lealtad empresarial ya no vale. Está preocupada por lo que implica esta lógica de la «pasión». Significaría que cualquier *hobby* podría convertirse en una fuente de ingresos, sin tener en cuenta la desigualdad de ingresos abismal que resultaría dependiendo del tipo de afición. Es más, los trabajadores empezarían a culparse a sí mismos por no tener suficiente «pasión» cuando no encuentran trabajo, en vez de atribuirlo a un problema estructural en el mercado laboral.

Por último, el nuevo paradigma del «yo-como-empresa» parece estar cambiando la solidaridad entre los trabajadores por la competencia, ya que cada uno aspira a destacar entre los demás. Ello puede significar un trastorno en las dinámicas sociales y crear tensiones en los lugares de trabajo.

### **¿Cómo debemos comportarnos como trabajadores?**

Si bien Ilana Gershon no pretende escribir un manual para los buscadores de empleo, lo cierto es que termina su libro con algunas recomendaciones concretas sobre cómo encontrar trabajo bajo el nuevo paradigma del «yo-como-empresa».

Resumiendo, en un mundo de creciente fluctuación laboral, son los estrechos lazos con los compañeros y los contactos de trabajo los que ella considera cada vez más importantes para poder acceder a futuros empleos. Dejar un puesto de trabajo o ser despedido ya no significa una ruptura; es más, irse quedando en buenos términos con los antiguos empleadores representa más que nunca una necesidad para mantener la red profesional intacta.

En la actualidad, ya es imprescindible saber manejar las nuevas herramientas –sobre todo, virtuales– del proceso de contratación para no quedarse atrás. Asimismo, presentarse de manera coherente en los diferentes medios usados en la búsqueda de trabajo –currículum, solicitud o perfiles en las plataformas– señala al empleador un manejo consciente de la imagen profesional del aspirante. La nueva forma de concebirse como empresa ha obligado a usar nuevas técnicas, como el desarrollo de una marca personal, y esto ya no significa solamente tener un perfil en la web, sino una constante y cuidadosa labor de actualización y mantenimiento. La línea separadora entre vida privada y laboral es cada vez más delgada. Aquí es donde Gershon admite su mayor escepticismo: la inversión de tiempo en este proceso no parece valer la pena, dado que, en sus entrevistas, rara vez la parte empresarial reconoce darle importancia. Lo mismo vale para el cultivo masivo de lazos «débiles» profesionales, que no garantizan éxito alguno.

Finalmente, cuanto más se distinga uno de la masa, más probabilidades tendrá de destacar entre los miles de solicitudes que reciben diariamente las empresas para una oferta de empleo. Dicho esto, siempre es recomendable parecer «adecuadamente distinto», es decir, no salirse de las normas de lo generalmente admitido.

Gershon tiene un consejo especial para los que hoy buscan trabajo: el proceso de contratación no está grabado en piedra. Lo que a uno le desagradó cuando buscaba trabajo no tiene que repetirlo cuando se encuentre a su vez en la posición de contratar a otra persona. Para el actual buscador de empleo, muchos dilemas se podrían evitar si hubiera un cambio de actitud por parte del lado que emplea.

El nuevo libro de Ilana Gershon ofrece una lectura amena y fácil, y la riqueza de casos reales sacados de su trabajo de campo le sirve de marco para el desarrollo de su argumentación. La fortaleza del libro es, sin embargo, también su mayor carencia: algunos capítulos están repletos de transcripciones de entrevistas y hubieran ganado en pertinencia acortándose en parte. La manera de adornar la narrativa con muchos detalles prácticos hace que Gershon pierda a veces su línea argumentativa. En efecto, el capítulo dedicado al uso de LinkedIn induce a pensar más en un manual de uso que en un análisis científico. Desgraciadamente, la teoría queda en segundo plano al querer adoptar un estilo narrativo más divulgativo. Se echa de menos una explicación, por ejemplo, de las razones del cambio en la metáfora laboral. Mientras que el material del que dispone por su investigación es pasmoso, a menudo se toman los hechos por ciertos, echándose en falta un análisis económico y político de lo presentado. A final, la lectura se hace un tanto larga.

Con este libro Gershon ha logrado una exposición realista de los actuales retos a los que se enfrentan trabajadores y buscadores de empleo en la llamada *gig economy* de Estados Unidos, caracterizada por contratos laborales de corta duración y autoempleo (autónomos o *freelancers*). Demuestra que es posible hacer un análisis desideologizado sobre un tema tan controvertido como es el mercado laboral moderno del siglo XXI, dejando al libre albedrío del lector las conclusiones. Sin embargo, la sensación del lector es la de una visión abrumadora sobre cómo el actual sistema económico, el capitalismo de hoy, se ha apoderado de la vida de los trabajadores, cargándolos cada vez con más responsabilidades. Sin duda, al terminar de leer a Gershon, uno se queda con una mayor inquietud respecto al desarrollo del mercado laboral, ya que éste es un tema que nos atañe a todos.

\*\*\*

**Ilana Gershon**, profesora asociada en Ciencias Antropológicas de la Universidad de Indiana (EE UU), especializada en las áreas de empleo, nuevos medios de comunicación, despidos y neoliberalismo, ha dedicado sus últimos trabajos al mercado laboral moderno y el uso de los nuevos medios de comunicación en Estados Unidos.

Reseña de **Alexandra Bussler**, postgraduada en Desarrollo y Crecimiento Económico (MEDEG) de las Universidades Carlos III de Madrid y Lund de Suecia.

## 1. LOS LUDITAS VOTARON A TRUMP

- **Publicación:** «Political Machinery: Automation Anxiety and the 2016 U.S. Presidential Election», Oxford Martin School, julio de 2017. Disponible en el siguiente enlace: <https://goo.gl/n4a6vz>
- **Carl Benedikt Frey** es codirector del Programa sobre Tecnología y Empleo en la Oxford Martin School y profesor asociado de Economía en el Nuffield College de Oxford. **Thor Berger** es investigador en el mismo Programa y **Chinchi Chen** es *fellow* en la Oxford Martin School.

### LA IDEA

*Resumen: Las zonas industriales más afectadas por la automatización en EE UU votaron más a Trump en las últimas elecciones presidenciales.*

Varias interesantes investigaciones han reflejado factores que incidieron en la victoria del actual presidente estadounidense, desde los sociales y económicos hasta los culturales (o el uso de Internet por la ultraderecha, como refleja el ensayo que recogemos como idea principal). Pese a que en su campaña electoral, Donald Trump habló poco de tecnología –aunque sí de que los empleos que habían salido del país volvieran a EE UU–, un nuevo estudio del Programa sobre Tecnología y Empleo de la Oxford Martin School, centro reputado por sus análisis pioneros sobre el impacto de la automatización en el empleo, ha puesto de manifiesto que los distritos electorales más expuestos a dicha automatización apoyaron más a Trump en las elecciones de 2016 (por encima de los afectados por la globalización, la inmigración o el declive de la manufactura). ¿Constituyeron el primer levantamiento contra estas nuevas máquinas por métodos democráticos?, se preguntan los autores.

El análisis respecto a las elecciones presidenciales estadounidenses se basa en más de 3100 condados y 722 mercados laborales locales. Muchos empleos tradicionales de ingresos medios han desaparecido forzando, en EE UU, a muchos trabajadores a buscar ocupaciones mal pagadas en el sector servicios o a abandonar por completo el mercado laboral. Las conclusiones van incluso más lejos al apuntar que el apoyo a Trump fue especialmente elevado en zonas metropolitanas de mucha población masculina, con baja educación, ocupada en empleos rutinarios: las primeras víctimas de la revolución digital. Los autores asocian un aumento del 5 % en la proporción de puestos de trabajo que los trabajadores han perdido por la automatización con 10 puntos porcentuales más en el voto a Trump en los distritos en cuestión. En todo caso, fue un voto contrario al *statu quo*.

Los autores señalan que, a pesar de los progresos tecnológicos que supuso, las tres primeras generaciones no se beneficiaron de la Revolución Industrial británica. Asimismo, documentan que una parte importante de la fuerza laboral en EE UU (lo que no se puede traducir automáticamente a Europa) ha salido perdiendo en términos económicos de resultados de la revolución digital, cuyas víctimas son, según el estudio, más propensas a optar por cambios políticos radicales. Una conclusión que ni en Europa (ni en China) debe caer en saco roto. De cara al futuro, los autores concluyen que los países más expuestos a la automatización pueden ser los más inestables en términos políticos.

## 2. IMPACTO DE LAS POLÍTICAS AMBIENTALES UNILATERALES EN LA COMPETITIVIDAD

- **Publicación:** «The Impacts of Unilateral Climate Policy on Competitiveness: Evidence From Computable General Equilibrium Models», *Review of Environmental Economics and Policy*, invierno de 2017.
- **Jared C. Carbone** pertenece a la División de Economía y Negocios de la Escuela de Minas de Colorado. **Nicholas Rivers** es catedrático de la Graduate School of Public and International Affairs y del Institute of the Environment de la Universidad de Ottawa.

### LA IDEA

*Resumen: Debido al impacto global del cambio climático, la adopción por los países de medidas unilaterales para combatirlo está muy cuestionada por sus efectos sobre la competitividad. Este estudio arroja luz sobre el vínculo negativo entre políticas climáticas nacionales y competitividad, e incluso bienestar.*

Una de las principales dificultades que se afronta a la hora de combatir el cambio climático desde la esfera pública es la dimensión global de las emisiones de gases de efecto invernadero que lo causan. La inacción de los gobiernos se justifica por el riesgo para la competitividad de la economía nacional que representa la implantación de medidas unilaterales para contrarrestarlo. Este trabajo pretende analizar el impacto sobre la competitividad que la introducción de dichas políticas medioambientales supone por parte de un solo país.

Para intentar restablecer esta relación entre protección ambiental y pérdida de competitividad, se utiliza el modelo de equilibrio general, con la intención de observar las consecuencias para el comercio internacional de una pérdida de competitividad causada por las medidas medioambientales.

El primer aspecto fundamental, además de definir el concepto de competitividad, es establecer qué relación existe entre ésta y bienestar en sentido económico si queremos que resulte un buen instrumento para el análisis de políticas públicas. A pesar de que las definiciones utilizadas muestran poca relación con la evolución del bienestar causado por la introducción de políticas climáticas, queda claro que existe un impacto sobre la competitividad de las compañías con mayores emisiones, puesto que estas medidas aumentan sus costes, pero también se ha demostrado que la combinación de impuestos para combatir las externalidades ambientales con aranceles minimiza la repercusión sobre el bienestar de una medida unilateral.

No obstante, los resultados empíricos del modelo de equilibrio general que se obtienen a partir de una muestra de 54 estudios publicados, que han empleado la misma metodología, reflejan que, ante la presencia de medidas medioambientales unilaterales, la producción, las exportaciones y el empleo de los sectores intensivos en emisiones y expuestos al comercio internacional se ven negativamente afectados. Por otro lado, el impacto en términos de bienestar económico es mínimo incluso en casos en que se incorporan importantes medidas climáticas. Finalmente, cabe destacar que los estudios utilizados que presentan supuestos diferentes también divergen en resultados.

### 3. EL PODER POLÍTICO DE LAS EMPRESAS

- **Publicación:** «Towards a political theory of the firm», *Journal of Economic Perspectives*, vol. 3(3), verano de 2017. Descargable en <https://goo.gl/5T8xwX>
- **Luigi Zingales** es catedrático de la Booth School of Business de la Universidad de Chicago (EE UU).

#### LA IDEA

*Resumen: El poder de mercado se complementa con la capacidad de las grandes corporaciones para influir sobre las decisiones políticas. En la actualidad, con grandes empresas globales dominantes, podría volverse a un excesivo poder político de las compañías.*

**E**n este artículo, Luigi Zingales esboza una teoría sobre el poder político de la empresa combinando reflexiones económicas sobre la gran empresa con otras sobre el papel de la misma en la configuración de las decisiones públicas.

El autor repasa la interpretación que se ha dado en la historia de las doctrinas económicas al papel de las grandes corporaciones. En la visión de la economía neoclásica, una empresa es simplemente un nexo de contratos, un escenario donde se combinan *inputs* de forma contractual para producir *outputs* de la mejor forma que permita la tecnología existente. Sin embargo, en las teorías más modernas sobre las transacciones entre agentes económicos, se reconoce que los contratos pueden tener carácter incompleto. Es decir, cuando las empresas tratan con otros agentes económicos, muchos términos de la transacción pueden no quedar especificados pormenorizadamente en el contrato inicial, por lo que el resultado para cada parte dependerá mucho del poder de negociación y de la capacidad de influencia sobre todo aquello que pueda afectar a la relación entre ellas.

Aquí es donde la influencia de la empresa en las políticas públicas puede tener un impacto importante sobre los beneficios últimos de las relaciones con otros agentes, ya sean trabajadores, proveedores, clientes u otras partes interesadas, como comunidades o contribuyentes. El poder político de la empresa tiene, además, una relación de complementariedad estratégica con su poder de mercado. Por «poder de mercado» se entiende la capacidad de la empresa para fijar precios por encima del coste unitario o, en general, para aprovecharse del dominio del mercado para ganar beneficios por encima de los que son necesarios para desarrollar una actividad productiva determinada. Cuanto más poder de mercado posea la empresa, más incentivos y capacidad tendrá para ser activa en la arena política, desarrollando estrategias de influencia sobre la determinación de regulaciones, leyes y normativas. Por eso la política de defensa de la competencia puede ser un remedio adecuado no sólo para limitar el poder de mercado de las grandes corporaciones, sino también el político.

Este último se puede ejercer de muchas maneras, no necesariamente ni de modo prioritario mediante transferencias directas de recursos, sino también por medio de promesas de trabajos futuros o decisiones empresariales que tengan consecuencias políticas, como la amenaza de retirada de inversiones de una determinada jurisdicción.

Asimismo, el trabajo repasa la historia del poder político de las grandes empresas en Estados Unidos, desde los *robber barons* ('barones ladrones') del siglo XIX hasta el *New Deal* y la posguerra, pasando por la era progresista. Concluye que, en la época actual, con la configuración de grandes empresas globales dominantes, podría volverse a unos tiempos parecidos a los del siglo XIX en EE UU en cuanto al excesivo poder político de las empresas.

**ODLI. N.º 54, Septiembre 2017**

**1. ROBOTS, EMPLEOS Y SALARIOS**

- Autores: Daron Acemoglu y Pascual Restrepo.
- Comentario: Gregorio Martín Quetglás.

**LIBROS**

- La ilusión del conocimiento: *The Knowledge Illusion: Why We Never Think Alone*, de Steven Sloman y Philip Fernbach.
- La gente y las refinerías de datos: *Data for the People: How to Make Our Post-Privacy Economy Work for You*, de Andreas Weigend.

**OTRAS IDEAS DE INTERÉS**

**1. Ecosistemas emprendedores: EE UU lidera, pero menos.**

- Autor: Startup Genome.

**2. Crece la demanda de inteligencia emocional.**

- Autor: David J. Deming.

**3. «Prosumidores» y autogeneración de electricidad almacenable.**

- Autores: Richard Green e Iain Staffell.

**ODLI. N.º 52-53, Julio-Agosto 2017**

**1. LA EQUIDAD GLOBAL, ENEMIGA DE LA NACIONAL**

- Autores: Dani Rodrik.
- Comentario: Jordi Domènech.

**2. JUECES FRENTE A ALGORITMOS: PREDICCIÓN AUTOMÁTICA DE DECISIONES HUMANAS**

- Autores: Jon Kleinberg, Himabindu Lakkaraju, Jure Leskovec, Jens Ludwig y Sendhil Mullainathan.
- Comentario: Manuel Alfonseca.

**LIBROS**

- Plataformas disruptivas: *Platform Disruption Wave: A New Theory of Disruption and the Eclipse of American Power*, de Haydn Shaughnessy.
- Elección colectiva y bienestar social *redoux*: *Collective Choice and Social Welfare. Expanded Edition*, de Amartya Sen.
- El mundo postoccidental: *Post Western World*, de Oliver Stuenkel.
- En busca del resurgir económico europeo: *Europe's Growth Challenge*, de Anders Åslund y Simeon Djankov.

**OTRAS IDEAS DE INTERÉS**

**1. El riesgo de estar siempre conectado.**

- Autor: Larry D. Rosen.

**2. El sistema electoral puede moderar el extremismo.**

- Autores: Massimo Bordignon, Tommaso Nannicini y Guido Tabellini.

**3. Globalización y paga de altos ejecutivos.**

- Autores: Wolfgang Keller y William W. Olney.

**4. Energía: los consumidores ante un hogar inteligente.**

- Autores: Charlie Wilson, Tom Hargreaves y Richard Hauxwell-Baldwin.

**5. Explicar las desigualdades desde la física.**

- Autores: Adrian Bejan y Marcelo R. Errera.

**6. Seguir creciendo: china y el capital humano.**

- Autores: Hongbin Lies, Prashant Loyalka, Scott Rozelle y Binzheng Wu. China debe concentrarse en él, más que en el capital.

**ODLI. N.º 50, Mayo 2017**

**1. BUENAS IDEAS: CADA VEZ MÁS ESQUIVAS**

- Autores: Nicholas Bloom, Charles Jones, Michael Webb y John Van Reenen.
- Comentario: José García Montalvo.

**2. NARRATIVAS Y FLUCTUACIONES ECONÓMICAS**

- Autor: Robert J. Shiller.
- Comentario: Pablo Martinelli.

**LIBROS**

- **Tener ideas originales:** *Originals: How Non-Conformists Move the World*, de Adam Grant.
- **Kahneman y Tversky, creatividad conjunta:** *The Undoing Project*, de Michael Lewis.
- **Señales. Cómo navegar en el día a día de la economía:** *Signals: How Everyday Signs Can Help Us Navigate the World's Turbulent Economy*, de Pippa Malmgren.
- **Tecnología contra humanidad:** *Technology vs. Humanity. The Coming Clash between Man and Machine*, de Gerd Leonhard.

**OTRAS IDEAS DE INTERÉS**

**1. La estructura del debate climático**

- Autor: Richard S. J. Tol.

**2. Revolución en el mundo de las encuestas**

- Autores: Timnit Gebru, Jonathan Krause, Yilun Wang y Duyun Chen, Jia Deng, Erez Lieberman Aiden y Li Fei-Fei.

**3. Innovación: exploración frente a explotación**

- Autores: Verena Mueller, Nina Rosenbusch y Andreas Bausch.

**4. Estadounidenses y chinos ante el producto creativo**

- Autores: Jeffrey Loewenstein y Jennifer Mueller.

**5. Los economistas como fontaneros**

- Autor: Esther Dufo.

**ODLI. N.º 49, Abril 2017**

**1. MENOS EMPLEOS DE RUTINA PERO MÁS TAREAS RUTINARIAS**

- Autores: Enrique Fernández Macías, John Hurley y Martina Bisello.
- Comentario: Óscar Pérez Zapata.

**LIBROS**

- **La gran convergencia:** *The Great Convergence. Information Technology and the New Globalization*, de Richard Baldwin.
- **El séptimo sentido:** *The Seventh Sense: Power, Fortune, and Survival in the Age of Networks*, de Joshua Cooper Ramo.

**OTRAS IDEAS DE INTERÉS**

**1. Estrategia en los medios sociales**

- Autores: Jan H. Kietzmann, Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy y Bruno S. Silvestre.

**2. Telefonía móvil: el peso de los lobbies**

- Autores: Mara Faccio y Luigi Zingales.

**3. ¿Más competencia, menos desigualdad?**

- Autor: Simcha Barkai.