

VI. Pandèmia, crisis, capitalisme de plataforma i destrucció creativa

Oscar Simón Bueno

La pandèmia ha fet aflorar les crisis que pateix i provoca el capitalisme. La devastació de sectors sencers de l'economia és aprofitada per altres empreses per copar mercats. En aquests moments les restriccions derivades per la pandèmia, els baixos preus del diner, la pujada de l'atur i la desregulació de les relacions laborals estan afavorint les empreses de venda online (plataformes digitals) dintre de la competència intracapitalista, que sota els paradigmes de l'economia col·laborativa i de la modernitat amaguen xarxes d'explotació brutals.

La pandèmia ha fet evident les crisis provocades per la dinàmica del capitalisme. Des de la crisi ecològica fins la de cures, passant per l'econòmica. Les empreses tecnològiques, aquelles que mediatitzen les seves relacions amb els clients moltes vegades amb les treballadores via Internet, estan trobant a la crisi actual l'escenari per copar cada cop més mercats. A una situació com l'actual, a la qual les persones tenim molt limitada la mobilitat i fins i tot en alguns moments no podem sortir de casa; internet, les xarxes socials i les plataformes de venda online s'han situat al centre de les relacions socials i comercials.

El capitalisme genera crisis però també els mecanismes per sortir de les mateixes per continuar aquesta cega carrera anomenada acumulació competitiva (Marx, 1867). Un d'aquests mecanismes és l'anomenat *destrucció creativa*. Aquest terme d'origen marxista fa referència al procés de destrucció de forces productives que té lloc durant les crisis successives del capitalisme. Marx va desenvolupar aquest concepte tant al Manifest Comunista com al *Grundrisse*, Harvey també ha estudiat i desenvolupat aquest concepte a la Condició de la Postmodernitat (Harvey, 1995). Tant Marx com Harvey denuncien que la destrucció de sectors de producció sencers que es dona durant les crisis deixa sense mitjà de vida a milions de persones. Schumpeter⁵¹, des d'un altre posicionament, també va definir la destrucció creativa i la va definir com un vendaval perenne que regenera des de dins el capitalisme, acabant amb allò antic i creant allò nou. Avui en dia, les empreses que englobem dins allò anomenat capitalisme de plataforma van guanyant la batalla dins de certs sectors. Les conseqüències d'aquesta guerra econòmica estan per veure, però comencem a veure la seva influència a les relacions socials, com les de producció, però també a la vida als carrers de les ciutats.

Aquest és un únic capítol d'un llibre i per qüestions d'extensió es parlarà d'alguns aspectes bàsics, el paper que ocupen les plataformes al cicle de producció capitalista, com la crisi està afavorint a aquestes empreses i una part final sobre alternatives, molt centrada en l'experiència de *Ridersxderechos*⁵². Pel que fa a com les plataformes afecten les condicions laborals i dels mecanismes de control de les treballadores es comenten però sobretot es referencien articles ja escrits sobre aquests aspectes. Per ampliar i aprofundir cal citar tres llibres que tracten la classificació de les diferents plataformes, *Capitalisme de Plataforma*, on Nick Srnicek (2018) classifica i categoritza les diferents plataformes i també descriu en part els mecanismes d'acumulació, *Capitalisme Big Tech*, que és un recull d'articles de l'investigador Evgeny Mozorov (2018) i

51. Economista austro-nord americà nascut al 1883. Va teoritzar sobre el cicle econòmic i va ser un dels primers en posar al centre de la creació de riquesa a l'empresariat. Aquest posicionament és molt important perquè intenta emmascarar que la creació de valor i riquesa parteix del treball i representa un dels papers fonamentals del neoliberalisme i la deificació de l'emprenedoria.

52. Plataforma de lluita laboral constituïda el 2017 per les riders de Barcelona. Es tracta del que als països anglosaxons anomenen el rank and file, que es pot traduir com unitat per la base, així poden participar persones sigui quina sigui la seva afiliació personal

que aborda molts aspectes del capitalisme de plataforma i també i per últim Cibercomunismo, un llibre de Maxi Nieto i Paul CockShot (2017) que aborda les possibilitats que dona la tecnologia per poder anar a una economia planificada democràticament en funció de les necessitats de les persones.

A les següents línies ens referirem a les empreses que mediatitzen la seva relació comercial amb els clients exclusivament per aplicacions mòbils i/o pàgines web i específicament a aquelles que contracten repartidores (*riders*) per portar les compres a domicili. Glovo i Deliveroo potser són les que primer ens venen a la ment, però Amazon també té una flota de repartidores autònomes.

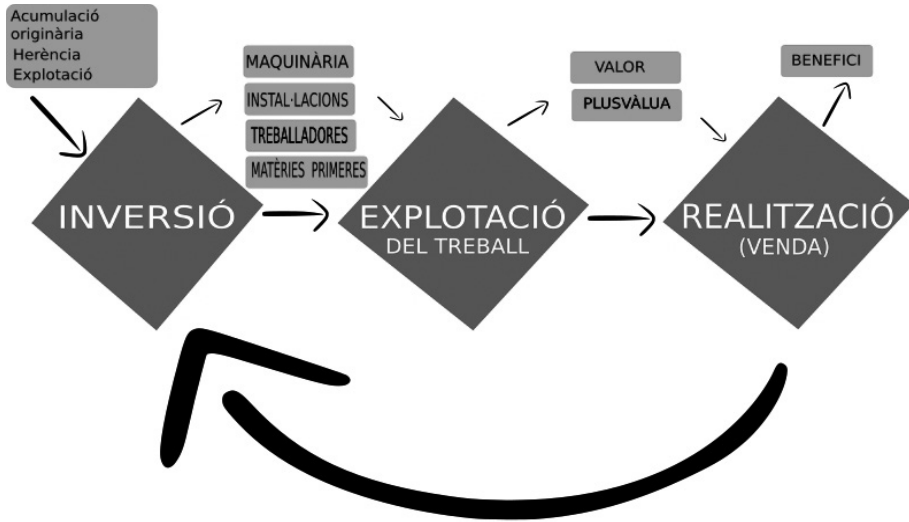
El paper de les empreses de venda online en el cicle del capital: Comissionistes sense fronteres

El consum a tres *clicks*, sense sortir de casa o des del cim dels pirineus després de fer-te una *selfie* i penjar-la a Instagram, poder parlar amb les amistats, poder lligar per internet, poder trobar feina, poder vendre allò que no utilitzes, convertir-te en taxista pirata, guia turística de *freetours*, apostar, jugar, mirar pel·lícules, etc. La influència del mòbil a les nostres vides és tan gran que han aparegut verbs nous com *xatejar*, *spamejar*, *twittejar*, conceptes *ghosting*, etc. però quin és el paper de les empreses del capitalisme de plataforma dins del cicle de l'economia? D'on provenen els seus beneficis? Només analitzant-les podrem entendre com estan aprofitant la crisi per créixer de manera molt important.

El cicle del capital i la crisi durant la pandèmia

Per mirar de respondre a aquestes preguntes el primer que cal és definir el cicle de producció.

La figura següent intenta mostrar les principals fases (color gris fosc) necessàries per què es pugui produir de manera cíclica una mercaderia o un servei. En color gris clar es marquen les formes que pren el capital durant el procés. En el cas del producte s'indiquen tant al punt on s'afegeix valor com l'aparició de la plusvàlua. Doncs bé, les plataformes, especialment les de venda online, se situen a la realització.



Representació esquemàtica del cicle del capital.
Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts.

Però què significa *realització*? Com es veu a l'esquema anterior, està relacionada amb la venda, però el concepte de realització és el retorn del capital (diners) a la seva forma original. Així, en qualsevol procés productiu, un o més capitalistes transformen una quantitat de diners X en adquirir maquinària, matèries primeres, instal·lacions i treballadores. Per tant, aquí els diners es transformen en coses concretes. Després, mitjançant el treball, les matèries primeres són transformades en un producte, per exemple, una programadora tot utilitzant un ordinador converteix l'electricitat en un programa que permet demanar menjar per emportar. Quan la gent paga per utilitzar aquest programa, es diu que el capital es realitza perquè torna a la seva abstracta forma original, que no és altra que els diners, ja sigui en efectiu, apunt comptable, accions o el que sigui. Quan aquest cicle circula ràpidament per una empresa aquesta va bé, quan ho fa per moltes es diu que estem en fase de boom; al contrari, quan va lent de manera generalitzada parlem de crisi. En aquests moments, les empreses d'hostaleria i les seves auxiliars tenen enormes problemes, els hotels no lloguen habitacions i per tant no aconsegueixen realitzar el capital invertit i per això tanquen, els restaurants a Catalunya estan obligats a tancar però a molts altres llocs obren menys hores i amb menys capacitat i arreu la seva única esperança és que Glovo i Deliveroo els ajudin a convertir els salons de casa nostra en restaurants. Tanmateix, l'atur o el no cobrament dels ERTOS (Expedients de Regulació Temporal d'Ocupació) i la incertesa econòmica estan provocant una reducció de la despesa. A més a més, la clientela principal de moltíssims establiments eren els turistes i aquests ni hi són ni se'ls espera com a mínim fins a la setmana santa de l'any 2021. La crisi pandèmica ha portat la crisi al

sector de l'hostaleria, al sector cultural, a moltes empreses agroalimentàries que venien els seus productes a hotels bars i restaurants, des de productores vitivinícoles fins a ramaderes passant per bugaderies industrials, etc. Durant el primer confinament, per exemple, l'anul·lació de tota activitat cultural va fer que la majoria de tècniques de so i il·luminació cerquessin alternatives laborals com a electricistes, a la construcció, etc. Aquest aspecte, que analitzarem a l'apartat de la destrucció creativa, és molt important per entendre perquè moltes treballadores que abans mai haurien considerat treballar com a *riders* ara ho estan fent, i perquè és fonamental per aquestes empreses comptar amb mà d'obra pràcticament il·limitada.

Entenent el procés: Treball-Explotació i Realització

El treball és l'activitat humana de relació amb la natura mitjançant la qual les persones obtenen tot el que necessiten per viure. Aquesta realitat humana es va transformar de manera radical i generalitzada amb l'adveniment del capitalisme quan grans masses de la població van passar de treballar per produir allò que necessiten a fer unes tasques concretes per guanyar els diners que els han de servir per comprar els béns necessaris per sobreviure. Així, es va passar de societats basades en treballs concrets, de producció de béns útils per a la mateixa persona, que podien servir per pagar tributs a, per exemple, senyors feudals, a societats on les persones desenvolupen un treball abstracte, el fruit del qual són els diners que les persones perceben. Vull fer aquí un incís per deixar clar que en cap moment s'oblida el treball reproductiu de la societat sense el qual cap societat ni ha pogut ni podrà sobreviure. Aquest treball desenvolupat per les dones ha estat moltes vegades oblidat. Aquí no és el cas. De fet, l'expansió del capitalisme, la tecnificació i la incorporació de les dones al mercat laboral assalariat han generat una crisi de cures, que la pandèmia està fent evident de manera brutal, tant amb les residències de persones grans com a l'obstinació per mantenir obertes les escoles i instituts.

Agafem l'exemple d'un entrepà d'hamburguesa amb formatge, enciam, tomàquet i ceba. De nou, aquí un incís al voltant de les terribles conseqüències mediambientals i socials d'un model agroproductiu capitalista que subordina el camp a les ciutats. No és que s'oblidi sinó que no forma part de la discussió del present article. Aquí intervé la pagesa que sembla, cuida i cull les verdures i el cereal, que compra els fertilitzants i fitosanitaris necessaris, també la ramadera que alimenta, cuida, muny les vaques per fer formatge i ven els vedells per a la carn. També hi intervenen les indústries de maquinària, càrnies, petrolieres de la construcció i algunes altres, i, per últim el personal d'hostaleria que cuina i et serveix l'hamburguesa al restaurant. Com es veu, la cadena de producció és tremendament complexa però per increïble que sembli el preu que es paga

per a cada hamburguesa conté per una banda el preu del mínim⁵³ de tots els treballs socialment necessaris per produir tots i cada un dels elements de la cadena de producció, també per a què les treballadores que els fan puguin sobreviure i per suposat el benefici de cada capitalista que controla cada un dels passos, des de la producció de llavors, fins el fabricant de tovallons (que no són gratuïts, sinó que estan repercutits en el preu de l'hamburguesa). El valor de cada component reflecteix les relacions de producció a partir de les quals ha estat generat, sempre recordant que dins del capitalisme el cost ecològic s'externalitza i és pagat per la societat en general. La creació de valor depèn del treball aportat en cada pas per les treballadores. El capitalista controla els mitjans, compra els ingredients, lloga o compra el local i paga els subministraments, però sense treballadores per molts ingredients que hi hagi, per maco i ben equipat que estigui el local o per molts clients que hi hagi a la cua, les hamburgueses no es fan. MC Donald, Burguer o Times Burg han eliminat el servei de taules per mirar de maximitzar els beneficis; la tasca d'aquest personal és desenvolupada per la mateixa clientela a canvi de pagar menys.

Dins del capitalisme, a banda de la transformació del treball concret en abstracte hi ha un altre element central, l'explotació, que es defineix com l'apropiació (robatori) del fruit del treball de les proletàries. Existeixen infinits exemples a la bibliografia sobre el que això significa. Per resumir es podria dir que les treballadores cada dia produeixen més del que després acaben cobrant, descomptant l'amortització de la maquinària, etc, de manera que l'amo cada dia es queda un percentatge del valor produït molt superior a la recuperació de les inversions. Perquè s'entengui tornarem a l'exemple del d'un restaurant amb 3 cuineres i 3 persones que atenen la sala i cobren. Aquest negoci ven 200 hamburgueses diàries a 10€ això significa uns ingressos de 60.000€, mensual, comptant, suposem uns costos d'un 30% en ingredients, en queden 40.000€, dels quals restem el sou brut de 1800€ de les quatre persones més el salari diferit de 300€ mensuals (quotes de la seguretat social) en queden encara 27400€ dels quals en restem 5000€ al mes de lloguer, amortitzacions de maquinària i subministraments i 5000€/mes en publicitat i impostos. En queden 17.000€ de benefici pel propietari. Les treballadores han produït 60.000€ dels quals només n'han percebut 12.600€, el que queda es gastarà en tots els elements necessaris per mantenir el negoci funcionat. De fet, en pocs anys les treballadores hauran pagat tota la inversió inicial del capitalista però mai seran propietàries del negoci. Doncs bé, de l'apropiació que fa l'amo de tot allò que produeixen les treballadores per sobre del seu sou se'n diu explotació i del valor d'allò robat se'n diu plusvàlua i sí, per molt que ens pesi, dins el capitalisme

53. Els preus dels productes aparentment més barats no inclouen la petjada ecològica del producte. Per exemple els Menús a 7€ de Mac Donalds, Burguer King, a part de poder-se aconseguir per les economies d'escala (gran número d'hamburgueses que venen) són possibles perquè els impactes ambientals de la seva producció o bé els paguem col·lectivament o els pagaran les generacions futures.

totes som explotades. D'aquí que aquest sistema sigui intrínsecament injust i, per tant, irreformable, però com deia Michael Ende a la *Història interminable* això és una altra història.

El cicle de producció-venda de l'hamburguesa ens serveix per explicar el cicle del capitalisme en general. Quan un capitalista inverteix els diners (forma acumulació abstracta de capital) es canvia per totes i cada un dels elements necessaris per produir la mercaderia o servei que sigui. Mitjançant l'explotació de les treballadores, el capitalista incrementa el valor i després amb la venda el capital es realitza, és a dir, recupera la seva forma abstracta inicial. La velocitat en què es produeix aquest cicle marca el procés de booms i crisi, tant al sistema econòmic en general com a les empreses en particular. Si l'empresari compra ingredients, maquinària i contracta personal (inverteix capital) però no ven hamburgueses (no el realitza) el negoci acaba entrant en crisi. Doncs bé, és aquí on entren les empreses com Glovoapp, Deliveroo, Stuar, entre d'altres, en el sector de la restauració, o Amazon, Alí express o Rakuten al sector de la venda online.

Les seves aplicacions són a moltes de les butxaques de qualsevol amb un telèfon mòbil connectat a internet (*smartphone*) i, per tant, fa créixer la clientela potencial de la "nostra" hamburgueseria. A més, ho fa d'una manera especial, sense ocupar llocs, de manera que trenca la limitació de taules i cadires i, a més, no necessita cambres. Per tant, permet a l'amo del nostre exemple incrementar la plusvàlua que extreu del personal de cuina atès que treballant les mateixes hores produiran més hamburgueses cobrant el mateix.

Per altra banda, el creixement de la clientela potencial pot fer, reduir el temps d'espera dels ingredients fins que són venuts en forma d'hamburguesa per emportar, és a dir, Glovoapp i Deliveroo aconseguen escurçar el temps que passa entre la inversió i la realització del capital de manera que el risc que es podreixin els ingredients és menor i a més els propietaris recuperen abans la inversió inicial.

A canvi d'aquests dos "serveis" Glovoapp i Deliveroo cobren un percentatge per transacció al restaurant i al client pel servei publicitari i de transport. Com hem establert a l'apartat anterior l'activitat de les apps només afegeix com a valor d'ús el transport perquè la clientela no necessita fer cua ni desplaçar-se fins al lloc. Tanmateix el preu extra que una persona està disposada a pagar perquè li portin a casa una hamburguesa no pot ser molt elevat, si no la gent prefereix anar al restaurant. D'aquí que, per una banda, es cobri una part als propietaris (que ho paguen de l'increment de l'explotació del personal de cuina i caixa) i, per altra, es fa no contractant a les transportistes, és a dir, les *riders*. Això ens comença a mostrar que necessàriament, perquè aquestes empreses guanyin diners dintre dels paràmetres capitalistes, les treballadores han de cobrar entre poc i molt poc i només fer-ho quan fan un viatge, o sigui, no tenir mai un salari per hora.

Si féssim un símil ecològic de Glovoapp i Deliveroo respecte al restaurant, aquests es troben entre el mutualisme (dues espècies que beneficiïn entre si) i el parasitisme (una espècie que es beneficia de l'altre). Perquè si bé és cert que

poder fer créixer la clientela, un cop feta la publicitat cada cop que hi ha una comanda, elles cobren uns diners, com més comandes es fan mitjançant l'app més cobren tot i que continuen fent exclusivament la publicitat contractada pel propietari del restaurant. Per tant, a partir d'un punt es passa del mutualisme al parasitisme, però de la mateixa manera que un paràsit generalment no pot matar a l'hoste perquè també mor ell, Glovoapp i Deliveroo però també Amazon i tota la resta de plataformes de venda online no poden cobrar molt per cada transacció de manera que necessiten arribar a grans economies d'escala. D'aquí la seva enorme inversió en publicitat per guanyar volum.

En resum, les plataformes de venda online es troben al final del procés productiu capitalista, la seva activitat principal afegeix poc valor, tant d'ús (Marx, 1867) com de canvi al producte i, per tant, necessiten unes economies d'escala molt grans, explotar fortament les treballadores i aprofitar les ajudes públiques i la solidaritat intergeneracional per pagar els mínims sous possibles.

La destrucció creativa, ruïna i precarietat per a moltes, negoci per a unes poques

Realment és difícil saber quan hauran crescut aquestes empreses durant la crisi perquè fins el 2021 no publicaran les seves dades, tanmateix la seva presència a les nostres vides cada cop és més gran i això fa sospitar que dins la lluita intracapitalista estan guanyant quota de mercat. Si tornem a l'exemple de l'hamburgueseria, avui l'espai reservat a la clientela dins del restaurant és pràcticament inútil. No només això sinó que el pagament del lloguer o la hipoteca per un espai amb menjadors grans és un dels aspectes que més complica la viabilitat de negoci. En canvi els bars i restaurants especialitzats en menjar per emportar, aquelles que per exemple només són una cuina i un taulell ja tenien el sistema de negoci organitzat, la resta l'ha d'improvisar i això passa o bé per generar una web i /o aplicació pròpia, cosa relativament lenta i costosa o bé contractar els serveis d'una empresa de *delivery*, principalment Glovo o Deliveroo sense oblidar l'incipient creixement de l'alternativa cooperativista Mensakas⁵⁴.

Glovo i Deliveroo basen el seu model laboral en no contractar repartidores i pagar a preu fet, o sigui, que la seva aspiració seria que qualsevol persona amb una bicicleta o motocicleta estigués disposada a convertir-se en repartidora unes hores al dia. Com més persones millor perquè així asseguruen que sempre podran fer les entregues, atès que, ara com ara, aquestes empreses mantenen en frau de llei a les repartidores, tot utilitzant el paradigma de l'economia col·laborativa (Simón, 2018) per realitzar una pràctica d'explotació tan antiga com és el treballa preu fet.

54. Per a més informació, veure <https://www.mensakas.com/>

Les empreses de venda online estan basant el seu creixement en quatre aspectes interrelacionats: la desregulació de les relacions laborals, el baix preu dels diners que els aporta finançament constant, l'atur elevadíssim que proporciona mà d'obra infinita i les limitacions de la mobilitat i reducció dels aforaments que fa que les relacions comercials hagin de passar per elles.

El vendaval que devasta sectors sencers de l'economia i envia milions de persones a l'atur font inesgotable de treballadores per les plataformes online

Per Schumpeter i els neoliberals la crisi està renovant el capitalisme. Pels seguidors del darwinisme social, aquelles empreses i persones que pateixen la crisi estan poc adaptades i són accessòries. Des del punt de vista de la humanitat, la crisi econòmica associada a la pandèmia està mostrant descarnadament la ineficiència d'un sistema com el capitalista que, malgrat tenir els recursos suficients per garantir les necessitats vitals de tothom, els malbarata amb l'acaparament de recursos per parts dels rics (no poden gastar el que tenen ni en diverses vides) i la negació d'aliments, habitatge a un número cada cop més gran de persones tot i produir-los o poder produir-los en abundància. Els economistes del sistema, quan se'ls qüestiona sobre per què mai tenen en compte les necessitats de les persones sense recursos per determinar la demanda real responen que el mercat funciona només amb la demanda efectiva, o sigui de la gent que pot pagar. En aquests moments, moltes persones han perdut la feina (l'atur està ja per sobre del 16%, segons l'EPA del darrer trimestre), o bé no cobren els ERTOS, ni l'ingrés mínim vital ni la renda garantida, i per poder sobreviure accepten treballar com a repartidores de Glovo, Deliveroo o Amazon, sense oblidar la quantitat d'economia submergida que trobem a pàgines com Walla-Pop (en forma de transportistes i els més variats oficis).

El treball a preu fet (gig-economy) com a mostra de la correlació de forces dins la lluita de classes

La seva traducció literal seria economia dels “bolos”. En realitat, el terme vol englobar totes aquelles activitats laborals a les quals es cobra per “actuació” tal com malauradament passa la majoria del món de l'espectacle.

Als països anglosaxons aquesta expressió té un sentit, però aquí, excepte, potser, dins de l'àmbit acadèmic, no aporta res. De fet, la majoria de persones que pateixen aquestes condicions laborals desconeixen aquest terme. Les *riders* parlen de preu per comanda, les Kellys de preu per habitació, molta gent que treballa a taller de costura cobra per peça de roba, a molts llocs del camp (on no arriben les organitzacions sindicals) per quilogram de fruita recollida, a les immobiliàries per transacció feta, etc. Podríem parlar també de les Empreses de Treball Temporal, ETTs, que poden arribar a fer contractes d'una o dues hores. Al final és treball a demanda, a preu fet, a comissió però ningú parla de *gig*. Potser els únics sectors que en parlen són la faràndula i el càtering on sí que s'utilitza el *caché* per bolo, però mai de preu per “*gig*”. Des del punt de

vista de la lluita de les treballadores, crec que no és gaire convenient que es vulgui importar un terme per descriure allò que fan unes persones aliè a aquestes. Tanmateix, la idea principal no és discutir sobre la utilització d'un neologisme sinó entendre que aquesta forma de treball no és nova, sinó que ha estat la forma majoritària de relacions laborals a la llarga de la història de la classe treballadora i encara ho és. Només cal haver vist *Cinderella man*, ambientada a la Gran Depressió o la sèrie *Babylon Berlin* que es desenvolupa a la República de Weimar, en les quals es reflecteix la realitat d'una època on els encarregats triaven cada dia uns quants treballadors als ports o com administratives d'una comissaria per realitzar una tasca concreta.

A l'agricultura, un cop abolida la servitud, molta gent va passar a ser jornalera, no obstant la propietat de la terra va continuar en mans dels de sempre i la gran massa camperola es va transformar en treballadors rurals que es van movent amb les collites. Durant molt de temps, anaven a les places dels pobles i allà cada dia havien d'esperar que el capatàs els triés. Després se'ls carregava en furgonetes per anar a treballar, sense assegurança, amb les eines llogades, etc, a les mines es cobrava per quilogram de mineral, a les fàbriques per quantitat de roba feta etc. Un exemple en són les "matchgirls", dones fabricants de llumins que el 2 de juliol de 1888 van començar una vaga. Aquestes dones cobraven per feina feta, ja fos per tallar els eixos dels llumins, per submergir-les al fòsfor, per ficar-les dins les caixes, que al seu torn eren muntades a casaper altres treballadores encara en condicions més precàries. Aquestes noies havien d'emportar-se les seves eines i materials com els pinzells i la cola. Van guanyar la vaga i al cap de poc temps amb el Salvation Army van desenvolupar una fàbrica alternativa de llumins amb millors condicions i utilitzant el fòsfor vermell, molt més tòxic que el blanc que utilitzava la fàbrica privada Bryant and May⁵⁵.

Les *riders*, igual que la majoria de treballadores a la major part del món i durant la major part de la seva història han de posar les seves eines, telèfon mòbil, pagar-se les dades, la motocicleta, bicicleta, cotxe, metro i bus. De la mateixa manera un de les que dona pedals per guanyar-se la vida, cau i es fa mal, l'endemà no treballa ni cobra, ni rep indemnització, a no ser que tingui contractat una assegurança privada, tal com passava als temps de Dickens.

Així doncs, la pressió dels amos per explotar més a les treballadores és una constant històrica. Certament, els telèfons portàtils amb internet no tenen gaires anys i no es pot negar que són unes noves màquines al·lucinants. Les aplicacions com *staffomatic* que és la que feia servir Deliveroo per relacionar-se amb les *riders* substitueixen a l'encarregat que sortia a la porta de la fàbrica o que anava a la plaça del poble a recollir. És cert que l'smartphone és a moltes butxaques, que permet l'atomització, ja que no requereix que les transportistes s'ajuntin a cap lloc concret. Tot i això les *riders* saben que l'algorisme detecta

55. Per a més informació, llegir https://en.wikipedia.org/wiki/Matchgirls%27_strike

la seva posició i els assigna les feines en funció de la proximitat al client i al restaurant i, per tant, tendeixen a reunir-se per exemple al voltant del McDonalds de Sagrada Família. Aquest intent de dispersió i de competència entre treballadores no és nou, com tampoc ho és el mecanisme d'acomiadament que es redueix a l'expulsió de l'aplicació de la treballadora acomiadada, mentre que abans a la gent que feia costura a casa era tan simple com no portar-li més roba⁵⁶. No obstant això, l'escala de precarització de llocs de feina i la centralització a unes poques empreses que permeten els telèfons mòbils i les telecomunicacions no s'havien donat mai a la història recent del capitalisme.

Aquestes empreses han trobat una manera d'obtenir beneficis estenent una gran xarxa de relacions mercantils als àmbits quotidians de la vida i aprofitant-se de les necessitats, primer de les treballadores més precàries, dones, joves i migrants, i ara de la gran massa d'aturades a les quals neguen qualsevol dret laboral. Així han aconseguit fer retrocedir les relacions laborals a un període previ a les conquestes sindicals de manera que poden convertir els costos laborals en despeses variables totalment lligades a la demanda. O sigui el somni de la desregulació total de les relacions laborals fet realitat.

Acomiadaments en massa, riders disponibles

L'anomenada «nova economia» ha trobat un nínxol on posar en pràctica aquesta forma extrema de relacions laborals, però, a més, el tancament del sector cultural, de l'hostaleria, de les empreses auxiliars i la crisi de l'automoció està fent que les treballadores que abans guanyaven uns 1500€ al mes i que, per tant, no pensaven entrar a treballar a un sector tan precari, avui ho facin. Si fa tres anys aquestes feines eren per gent jove i/o migrant, avui s'hi sumen antigues treballadores d'altres sectors que utilitzen el seu cotxe, motocicleta o furgoneta per repartir, sigui menjar o productes d'Amazon.

Les condicions per les transportistes són similars a totes les empreses, tot i que els amos intenten que ningú sàpiga quan cobra el company. Els propietaris de les aplicacions pacten amb les botigues, restaurants, etc., unes comissions, i, després, cerquen el que, de manera eufemística, anomenen col·laboradors. En diuen economia col·laborativa. Ens diuen que l'únic que fan les plataformes és posar en contacte transportista amb clientela i empresa proveïdora. Aquestes persones segons les empreses no tenen relació laboral, tanmateix se'ls proporciona una caixa amb el logo de l'empresa, se'ls determina la zona a la qual treballaran, se'ls informa de la «tarifa» que cobraran i se'ls demana disponibilitat. A més, una vegada i una altra les *riders* i les seves advocades han aconseguit acreditar la relació laboral.

56. Veure RoiRibeira (2017) *Así se tejió el imperio de Inditex: miles de mujeres gallegas sin derechos* Recuperat de <https://www.elsaltodiario.com/inditex/asi-tejio-imperio-amancio-ortega-inditex-mujeres-gallegas-precariudad-sin-derechos>

Les transportistes o *riders* han d'estar pendents del telèfon mòbil perquè un moment al dia s'obren torns i pateixen l'angoixa per saber si els entraran comandes, la mateixa angoixa que patien les places dels pobles rurals, o als anys 50 a la plaça Urquinaona de Barcelona, ja que només uns pocs són triats per l'algorisme.

Les treballadores d'*apps* o d'empreses com Amazon han de triar entre la misèria de no tenir cap ingrés i la pobresa de treballar fent viatges pels quals reben 3 o 4€, quan saben que no podran guanyar un salari mínim per accedir a un habitatge en condicions dignes però que els permetrà poder rellogar una habitació i amb el cobrament d'algun subsidi⁵⁷ i o el treball de tota la família aconseguiran sobreviure.

Les rondes de finançament, diners fàcils per a empreses de rendibilitat mínima o dubtosa

Uber va tenir un balanç negatiu de 612 milions d'euros durant el primer trimestre de 2020 (Ruiz de Gauna, 2020), Amazon va obtenir uns beneficis de 11588 milions durant el 2019 (EFE, 2020), que representen un 4% respecte al total de la facturació, Glovo i Deliveroo també treballen a pèrdues (Simón, 2019), tot i això, no paren de créixer. A apartats anteriors ja havíem explicat que aquestes empreses estan al final de la cadena de valor i que, per tant, no poden cobrar gaire pels seus serveis i necessiten fer moltíssimes transaccions per ser rendibles i a moltes els falta molt per ser-ho. De fet, se les anomena empreses unicorn, perquè sense cotitzar a borsa i, per tant, no repartir dividends assoleixen valors de més de 1000 milions de dòlars. A la figura següent hi apareixen les principals, però Deliveroo, Cabify, , Airbnb, Zalando, Spotify, Blablacar, també ho són.

Això no obstant, aquestes empreses reben ingents quantitats d'inversions anomenades rondes de finançament. Per què passa això? Per respondre a la pregunta s'han de considerar quatre factors: la pressió a la baixa de les condicions laborals que provoquen, la capacitat d'aconseguir rendes de monopoli en enfonsar sectors al complet, la mineria de dades i el baix preu dels diners que fa que tenir diners als bancs sigui molt poc rendible.

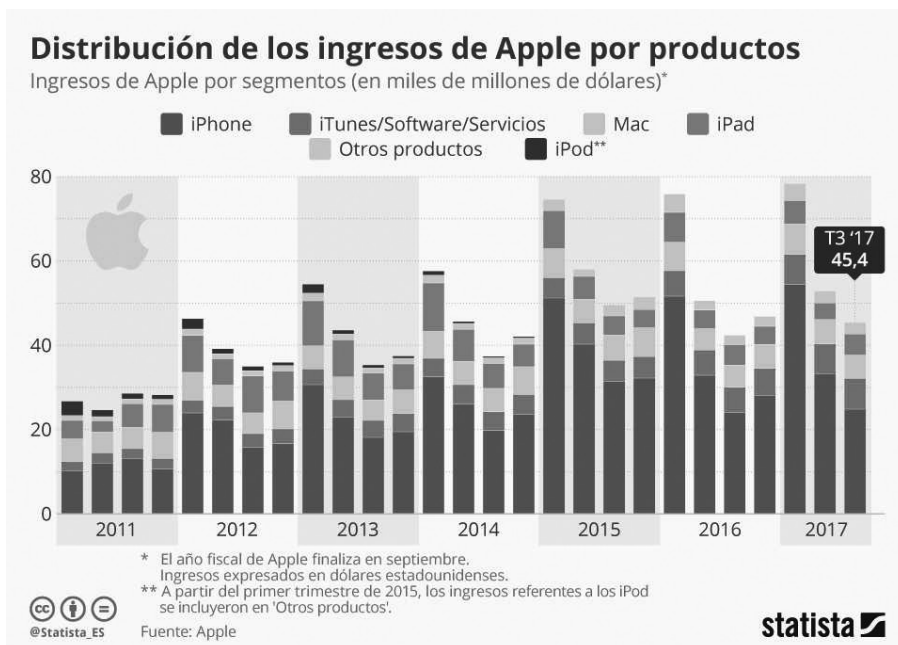
Per molt que cerquéssim un exemple més clar del que significa la destrucció creativa seria molt difícil trobar qualsevol cas més paradigmàtic que el sector de la distribució de continguts musicals. En una dècada, s'ha passat de botigues a peu de carrer a 3 distribuïdors principals, Youtube, propietat de Google, iTunes, propietat d'Apple i Spotify, propietat del seu fundador, el suec Daniel

57. Les rendes mínimes, tal com s'implementen majoritàriament avui dia permeten a les empreses estalviar-se bona part del salari que es paga socialment. A més si es considera que cada cop major percentatge d'impostos es pagat per la classe treballadora acaba passant que les treballadores paguen en part el sou d'altres treballadores.

EK. Spotify, amb 128 milions d'usuàries de pagament i 153 que no paguen i a canvi escolten anuncis va perdre 72 milions el 2019 (García, 2020). iTunes, que és la principal botiga de música als EUA representa una quantitat mínima d'ingressos respecte al total d'Apple, i això que la clientela subscripta a la marca de la poma (60 milions) està subscripta majoritàriament al servei. Youtube no arriba als 20 milions d'usuàries de pagament, o sigui que la majoria dels seus ingressos són per publicitat. AmazonMusic compta amb 55 milions d'usuàries i cal destacar el cas de l'Índia, on la companyia Gaana compta amb 152 milions d'usuàries.



Empreses Unicorn amb més valors al 2018.
 Font: <https://hablemosdeempresas.com/empresa/empresas-unicornio/>



Ingressos del diferents productes d'Apple.
Font: <https://www.bankinter.com/blog/empresas/que-productos-apple-generan-mas-dinero>

O sigui, si sumem Deezer, amb 14 milions d'usuàries, veiem que 5 empreses dominen la distribució musical i malgrat això encara no guanyen diners. Tanmateix pràcticament han eliminat les botigues de discos físiques⁵⁸.

Amazon, Google i Apple bàsicament inverteixen enormes quantitats de diners en aconseguir tràfic d'internet i, així, poder guanyar diners amb les dades, ja sigui mitjançant la venda de publicitat amb allò que anomenen "Machine Learning" o Spotify, com que no té al darrere cap de les GAFA (Google, Amazon, Facebook i Apple), s'ha cercat amics com TPG, Dragoon i Goldam Sachs, que el 2016 van invertir-hi 1000 milions de dòlars (Web Financial Group, 2016).

58. Aquest procés de substitució de les botigues de discos per les grans plataformes s'està donant de manera molt ràpida amb les sales de cinema. No vol dir que desapareguin totes però sí que cada cop són més espais de consum audiovisual puntual i que la majoritàriament veu les estrenes a alguna plataforma. La restriccions per la pandèmia estan accelerant el procés.

Després de la música, ara li toca a la restauració? Les darkkitchen

Passa el mateix amb Glovo i Deliveroo: compten amb enormes rondes de finançament constant que els permeten invertir més en publicitat, millorar els algorismes i mediatitzant la relació restaurant client. Aquesta dinàmica s'ha incrementat amb la pandèmia, de fet, significa pràcticament l'única alternativa per a molts negocis de continuar oberts. Moltes cambres i cambres estan esdevenint *riders*, sense horari, sense vacances pagades, sense seguretat social i tantes altres coses.

Aquesta relació té una derivada fonamental. De la mateixa manera que Amazon permet a botigues particulars utilitzar la seva plataforma per vendre i un cop té els coneixements de proveïdors i de clients és capaç d'oferir el mateix més barat, Glovo i altres empreses estan desenvolupant les Darkkitchen o Cloudkitchen (CCMA, 2019). Són cuines automatitzades que només treballen per empreses de delivery. Glovo té una cuina fosca a Les Corts a les quals hi ha 12 restaurants, la cadena de Sushi Instantmaki ha obert 6 locals a Barcelona darrerament, l'empresa alemanya *Keatzté* dues cuines a Barcelona i aquestes són dades del 2019. Queden per determinar els efectes de la pandèmia, però a ningú se li escapa que aquestes Darkkitchen no tenen horari de tancament, no tenen ni límit d'aforament. A més, l'aprenentatge online permet a aquestes empreses determinar els millors punts per posar un restaurant, saber exactament quins dies i aquines hores necessiten més cuiners i sobretot quins plats són els més demanats. No paguen cambres, no paguen decoració, no necessiten tenir taules i cadires perquè els menjadors de casa nostra esdevenen els seus salons. Ara mateix, cada cop que un restaurant de barri rep una comanda via Deliveroo, UberEats o Glovo està explicant a la competència qui són els seus clients, els seus millors plats i quan tenen demanda, i, a sobre, paga per fer-ho.

A la vegada, tenim bars i restaurants passant un moment econòmic dur, enviant les cambres als ERTOS, amb dificultats per accedir als crèdits ICO, havent de pagar lloguers o hipoteques i a l'altra banda tenim grans empreses que reben una font inesgotable de finançament a conseqüència d'unes polítiques de suposat estímul econòmic basades a reduir el preu dels diners per afavorir la inversió (això sí, només dels grans conglomerats, que són els que gràcies al seu poder econòmic poden accedir als diners gratis que la FED o el Banc Central Europeu donen als bancs). És aviat per dir què passarà, però les dades de tancaments de bars, restaurants, però també botigues són cada cop més altes. Ja estem pràcticament a un oligopoli de la distribució de menjar online (Glovo, Deliveroo i Uber Eats) i aquestes empreses estan aprofitant per fer fora del negoci als restaurants que els han ensenyat què menja la gent. Pels capitalistes, això és destrucció creativa, però nosaltres sabem que no és res més que concentració de cada cop més riquesa en menys mans. I si no que els preguntin a la gent de Madrid que van veure com durant la final de la Champions de 2019 les VTC van pujar el preu del transport un 300% mentre les conductores i conductors cobraven pràcticament el mateix (Souto, 2019).

Cal no oblidar que els grans fons inversors que insuflen diners a les plataformes estan actuant també com a instruments del capital per pressionar a la baixa les condicions laborals de la gent treballadora. Aquestes plataformes pressionen per la desregulació total de les relacions laborals. Ja sabem que la precarietat d'un sector de la població acaba afectant la totalitat de la població, un exemple seria el contracte de zero hores a Anglaterra⁵⁹.

Propera estació esperança RidersxDerechos, manual d'autoorganització

Com hem vist, això de l'economia col·laborativa (Simón, 2018) no és res més que una manera de poder explotar més al personal, que certament quan va començar tenia bona premsa. Airbnb es veia com l'evolució lògica de Coach-Surfing; Uber, Deliveroo, Glovo donaven bon rotllo perquè et permetien treure uns euros mitjançant la bici i el teu temps lliure. Durant els passatges d'aquest capítol hem intentat explicar què hi ha darrere d'aquest màrqueting de llops amb pell de xai. La cosa no pinta bé, però allà on hi ha opressió hi ha resistència. L'estiu de 2017, quan ningú s'ho esperava, quan a tots els mitjans Deliveroo apareixia com una alternativa per a joves estudiants, va esclatar la vaga de les *riders*. Vaig tenir la sort de poder estar allà col·laborant amb una lluita que va sorprendre a tothom i que ha provocat canvis molt importants. De fet, hi ha una llei en marxa per acabar amb el model de fals autònom que les empreses utilitzen. El camí per arribar al fet que el ministeri de treball estigui treballant en una llei no ha estat fàcil però mostra que si es lluita es pot guanyar.

Vaga Deliveroo

Tornem a finals de 2016 començament del 2017. En aquells moments la gent entrava a Deliveroo i els explicaven que eren col·laboradors, que no hi havia sou sinó gratificacions. Les treballadores cobraven un sou mínim per hora a la qual estaven connectades. En aquells moments, poca gent sabia el que era Deliveroo i necessitaven captar mà d'obra. L'empresa organitzava a les treballadores en nucli. Eren zones de l'Eixample, Ciutat Vella, Poble Nou a les quals les treballadores havien de ser-hi per poder-se connectar a l'aplicació i rebre comandes. Allà, de la manera més analògica imaginable es van començar a establir els llaços de confiança imprescindibles per emprendre qualsevol lluita. Allà, l'Oriol Alfambra, treballador i militant anticapitalista, va començar a parlar amb les companyes de la necessitat de fer una carta a l'empresa per reclamar

59. El contracte de 0 hores "pensat" en principi per a tasques puntuals era la forma laboral per a 1,8 milions de persones al 2017 quan el 2014 eren 697.400 . El 90% de les treballadores de McDonalds o d'SportsDirects tenen aquestes condicions que arriben al salari mínim i no tenen cobertura per enfermetat.

coses tan senzilles com roba de treball per si plovia, una assegurança en cas d'accident, la reparació de les bicicletes, el pagament de la tarifa de mòbil etc. Aquesta carta va córrer com la pólvora i a la primavera de 2017 va tenir lloc una reunió amb un representant de l'empresa. El vídeo de la reunió mostra com l'home de palla de l'empresa que es negava a reconèixer a les treballadores va acabar firmant la rebuda de la carta. L'empresa no es va quedar quieta i al cap de poc temps va enviar un correu a totes les treballadores dient que canviava les condicions. Aquest correu, i molts més, van acabar provant que les *riders* eren i són treballadores per compte d'altri. Però això va ser més endavant quan van arribar els judicis. La intenció de l'empresa era acabar amb el mínim per hora i passar al model actual de treball a preu fet. La situació es va precipitar, va ser al·lucinant, els centres on Deliveroo obligava als *Riders* a concentrar-se per treballar bullien d'octavetes i consignes. *-El dissabte 2 vaga, ningú es connecta!-*. I així va ser. El dissabte els amos de Deliveroo van tastar medicina obrera. Van haver de tancar l'aplicació perquè no podien servir, llàstima que no es va conservar la captura de pantalla amb el missatge. Sense treballadores no són ningú. La batalla també va ser a Twitter. El mur de Deliveroo, allà on els restaurants paguen per aparèixer es va convertir en un aparador de la vaga, milers de persones van etiquetar Deliveroo com explotadors⁶⁰. A més, les notícies a la premsa al voltant de les plataformes van canviar radicalment, es va passar d'una visió positiva⁶¹ a informar de com les condicions laborals eren terribles dins l'economia col·laborativa. De fet, al començament del conflicte només el Diari del treball, la Directa i el Salto havien informat sobre aquesta.

Una manifestació en bici quan va acabar la jornada de vaga, concentracions a les oficines de Deliveroo amb delegades del sindicat que hi donava suport (la IAC, Intersindical Alternativa de Catalunya), un viatge a València en cotxe per contactar amb *riders* locals i estendre *RidersxDerechos*. Aquests fets mostren la necessària sinèrgia entre xarxes i organització real. El contacte s'havia fet via twitter però no van ser fins que les *riders* no es van veure les cares que es va forjar la solidaritat real. Va ser qüestió de minuts; eren camarades disposades a lluitar. Es van entendre de seguida i a la seu de la Intersindical Valenciana se li va obrir un altre front a Glovo i Deliveroo.

Però tot no van ser flors i violes. La vaga va ser una llavor gegantina, tanmateix, l'empresa va reaccionar, va *deslogejar* a la gent més significativa, Uri, Eve, Txiqui, Núria, Mario (que en pau descansi), va bloquejar a Twitter a tothom que havia *postejat* en contra seva i va fer una campanya brutal per fer entrar més treballadores, fins i tot trucant a antigues persones perquè s'incorporessin, va donar incentius als esquirols i va collar a la resta de treballadores mitjançant

60. Per a més informació llegir: <https://diaritreball.cat/tag/vaga-deliveroo/>

61. Existeix un magnífic treball sobre com la lluita de *RidersxDerechos* va afectar a la percepció de la social Medios, ideología y tecnología: el caso de los *riders* en medios de comunicación. M^a Soliña Barreiro González, Aina Fernández i Aragonés (Tecnocampus-Universitat Pompeu Fabra)

dos mecanismes de control que són propis de les plataformes: la *gamificació*, com més comandes difícils i poc rendibles fas, més bones comandes et dono, i el *ràting*, en funció de la valoració del client, més bones comandes entren a l'aplicació (Simón, 2019). Aquesta pressió explica per què les *riders* a vegades van com esperitades per la ciutat.

El front legal

Les treballadores van fer la vaga, l'empresa va reaccionar i elles van contraatacar mitjançant denúncies a inspecció de treball i a les magistratures laborals. Durant tot el conflicte, tant a València com a Barcelona les treballadores van anar elaborant un dossier amb proves per demostrar que l'empresa controlava horaris i salaris i que en cap cas les treballadores eren autònomes. Aquí va tenir un paper important la feina de la Mireia Herrera, delegada de la IAC, i en Natxo Parra, advocat del Col·lectiu Ronda, que va acompanyar el procés des del principi ha anat guanyant un cas darrere de l'altre fins a 20 demandes i ha aconseguit la readmissió de fins a 6 companyes que avui en dia cobren de Deliveroo, encara que aquesta es nega que s'incorporin. Cal destacar la valentia i la coherència de les *riders* que no han venut els seus llocs de feina. També destaca el cas de Víctor Sánchez, de València que va rebutjar una oferta de Deliveroo de 10.000€.

A més, les demandes a Glovo, com la de Juan Carlos, han portat al suprem a sentenciar que les *riders* són treballadores per compte d'altri i que, per tant, no poden fer treballar a preu fet. Se'n deriven multes de la seguretat social i moltes altres coses més que serien llarg de relatar. Però la conjunció d'autoorganització, lluita sindical i legal ha portat a que el govern es posi a legislar, i no en el sentit que volien les companyies (cap el contracte de 0 hores) sinó per defensar els drets de les treballadores. O com a mínim això han promès.

La solidaritat internacionalista

Des d'un primer moment, les *riders* van tenir clar que Deliveroo és una multinacional i que, per tant, tenien companyes més enllà de l'Estat. Així, igual que s'ha anat a Madrid, Saragossa, València i Bilbao, s'ha parlat amb gent de Berlin, Roma, Xile, Argentina, París, Bèlgica i Londres, per compartir estratègies. Des de l'*app* sindical fundada a Argentina que permet l'organització laboral al voltant d'una aplicació mòbil, a les treballadores que demanen a amics que es donin d'alta a alguna d'aquestes companyies per després substituir-les i fer inútils els acomiadaments de les persones significades. Hem de pensar que els encarregats pràcticament mai veuen a les treballadores un cop es donen d'alta. Tot això i més es va poder parlar a la trobada internacional de *riders* que va tenir lloc a primers de Novembre de 2018 a Barcelona.

Mensakas, l'alternativa

La llavor de la vaga de 2017 ha estat molt fructífera, tant al front legal que ha collat i molt a les empreses. Però cal destacar l'aparició de dues cooperatives a Madrid, la Pàjara i a Barcelona Mensakas. El cas del qual parlaré, breument, és el de Mensakas perquè és el que conec. Aquesta cooperativa, el lema de la qual és *Som l'alternativa, drets laborals per nosaltres, millor servei per a tu* comença a funcionar el maig de 2018, o sigui a partir de la lluita incansable, les treballadores han estat capaces d'aixecar una alternativa, petita encara en comparació a Glovo i Deliveroo. De mica en mica han anat adquirint vehicles per què les *riders* no hagin de posar les seves bicis. Paguen les baixes i les vacances. Mentre escric aquestes línies estan punt de treure al mercat una app pròpia i ofereixen a tots els restaurants als que poden arribar un servei bo, eficient i que en cap cas servirà per robar-los la clientela. Aquí també cal recordar a l'ecosistema de l'economia social i solidària que ha ajudat a finançar la cooperativa, així com l'aposta de la IAC per entendre que sindicalisme i cooperativisme han d'anar lligats.

Alguns apunts breus

El primer és el paral·lelisme entre la lluita de les MatchGirls (finals s. XIX) que va començar amb una petició, va continuar amb una vaga i va acabar creant una fàbrica alternativa, i la lluita de les *Riders* que va començar amb una carta de peticions, va seguir amb una vaga i ha acabat creant una cooperativa.

El segon, apuntar algunes de les mancances del capítol i que necessàriament han de formar part de la lluita. Per què no tenim servidors d'internet públics que donin servei a la població i utilitzin la mineria de dades pel benefici col·lectiu? Quin és l'impacte ecològic del sistema de plataformes i de la seva acceleració del consum?

Bibliografia

CCMA (2019) La demanda de menjar a domicili porta el "boom" de les cuines núvol o fantasma a Barcelona. Economia de butxaca. Recuperat de <https://www.ccma.cat/324/la-demanda-de-menjar-a-domicili-porta-el-boom-de-les-cuines-fantasma-a-barcelona/noticia/2930813/>

Cockshot, P. i Nieto, M. (2017) *Ciber-comunismo. Planificación económica, computadoras y democracia*. Editorial Trotta

EFE (2020) Amazon cierra 2019 con un beneficio de 11.588 millones, un 15% más. Recuperat de https://elpais.com/economia/2020/01/31/actualidad/1580461940_213951.html

García, J. (2020) Quién está ganando la guerra del streaming de música? Recuperat <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/quien-esta-ganando-guerra-streaming-musica>

Harvey, D. (1995) La Condición de la postmodernidad. Recueperat: https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Harvey-D_1990_La-condicion-de-la-posmodernidad-Investigacion-sobre-los-origenes-del-cambio-cultural.pdf

Marx, K. (1867) El Capital. Crítica de l'economia política. Madrid: Akal 2000.

Morozov, E. (2018) Capitalismo bigtech ¿Welfare o neofeudalismo digital? Enclave de libros

Ruiz de Gauna, C. (2020) Uber eleva las pérdidas a 2.900 millones de dolares. Recuperat: <https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2020/05/07/5eb470b9e5fdea0a3e-8b45e0.html>

Simón, O. (2018) Les aplicacions de la dita economia col·laborativa: mercantilització de la vida quotidiana i explotació laboral en massa. Recuperat: <https://diaritreball.cat/les-aplicacions-de-la-dita-economia-collaborativa-mercantilitzacio-de-la-vida-quotidiana-i-explotacio-laboral-en-massa/>

Simón, O. (2018) Uberització del treballs, Airbnbització de l'habitatge. Recuperat: <https://iac.cat/2018/08/06/uberitzacio-del-treballs-airbnbitzacio-de-l-habitatge/>

Simón, O. (2019) La gamificació, el rating i els accidents laborals a Glovo, Deliveroo, Uber eats. Recuperat <https://diaritreball.cat/la-gamificacio-el-rating-i-els-accidents-laborals-a-glovo-deliveroo-uber-eats/>

Simón, O. (2019) Plataformes, forma digital d'un capitalisme en crisi Recuperat <https://catarsimagazin.cat/plataformes-forma-digital-dun-capitalisme-en-crisi/>

Souto, K. (2019) Las VTC amenazan con fijar el monopolio del transporte en las grandes ciudades. Recuperat <https://elcierredigital.com/investigacion/928491124/la-champions-disparo-el-precio-de-uber.html>

Srnicek, N. (2018) Capitalismo de plataformas. Editorial Cactus

Web Financial Group S. (2016) Spotify lograf inanciación por 1.000 millones y promete salir a bolsa antes de 2018. Recuperat <https://www.bankinter.com/blog/lo-ultimo/spotify-logra-financiacion-por-1-000-millones-y-promete-salir-a-bolsa-antes-de-2018>