NAUFRAGOS DIGITALES

COMERCIO ELECTRÓNICO Y CONSUMO SOSTENIBLE

BUENAS PRÁCTICAS DE CONSUMO ONLINE

ADICAE
Consumidores Críticos, Responsables y Solidarios

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE CONSUMO

Con el apoyo del Ministerio de Consumo.
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.

Comercio electrónico y consumo sostenible

Estudio coordinado por el departamento técnico de ADICAE con la redacción de Juan Agustín Franco

© ADICAE, 2021

“We can’t do anything to change the world until capitalism crumbles. In the meantime we should all go shopping to console ourselves”.

(No podemos hacer nada para cambiar el mundo hasta que el capitalismo se derrumbe. Mientras tanto podemos ir de compras para consolarnos).

Banksy

Fuente: Banksy Explained, 2021. Graffiti, Consumerism and Capitalism.
Link: banksyexplained.com

“La personalización de los consumos de acuerdo a los gustos y las necesidades del consumidor conduce a una economía cada vez más centrada en el deseo. El caso más claro lo representan las plataformas digitales de entretenimiento en streaming”. (Santiago Álvarez. Papeles, 144, 2018). La importancia del comercio electrónico ha sido creciente conforme han ido evolucionando las nuevas tecnologías y el acceso a internet, aunque su expansión no ha sido uniforme, siendo más bien desigual, produciéndose una brecha digital que se caracteriza por cuatro razones principales: nivel de renta, edad, género y nivel educativo.

Los náufragos digitales pueden clasificarse en tres perfiles:

- Los internautas que navegan en “patera digital”: quienes no disponen de los medios electrónicos ni de la formación ni de las condiciones de acceso adecuadas.

- Los internautas que navegan en el “Titanic digital” de las grandes redes sociales: quienes caen en conductas de riesgo y adictivas en el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales. Los internautas que son asaltados por los “ciberpiratas”: quienes sufren estafas, engaños o robos de datos al navegar por internet.

Y es que "la digitalización pone el dinero y el poder cada vez en menos manos" (Vladan Joler, 04/07/2018). Por ejemplo, Facebook cuenta con licencia bancaria desde el 30/12/2016, apostando por un nuevo modelo de banca digital, con más experiencia, recursos y datos que los actuales bancos y entidades bancarias online. De ahí que un objetivo central desde la óptica de los consumidores sea "desmercantilizar la información y colocarla en el plano de los derechos" (Rodrigo Fernández Miranda, 2015, Boletín ECOS, 31).

Con este objetivo de informar y concienciar sobre los derechos de los consumidores, desde la plataforma de educación financiera de ADICAE se puede acceder a diferentes recursos y materiales, entre ellos el curso online de acceso abierto sobre "el comercio electrónico y los consumidores" (https://bit.ly/3slFDIM) o el diccionario con más de cien términos frecuentes sobre e-commerce (https://bit.ly/3yPlh5u).

En este sentido son crecientes también los problemas relacionados con la ciberseguridad de las transacciones en internet, además de la proliferación de chiringuitos financieros que suponen el agravamiento de los niveles de endeudamiento de las familias. Incluyendo el aumento de empresas online, páginas web y plataformas que ofrecen micropréstamos a tipos de interés usurarios (característicos de las tarjetas revolving). Así, por ejemplo, el pasado 21/09/2021 un juzgado declaró la nulidad por usura de los intereses de diversos micropréstamos de la firma P10 Finance (Sentencia 266/2021 del Juzgado de Primera Instancia nº 2 de L'Hospitalet de Llobregat), contratados entre 2016 y 2018, con intereses que oscilaban entre el tres mil y veinticinco mil por ciento TAE (Cinco Días, 01/10/2021, https://bit.ly/322EWTn).

'Chiringuito financiero'

CNMV. Definición de "chiringuito financiero":

El término "chiringuito financiero" define de manera informal a aquellas entidades que ofrecen y prestan servicios de inversión sin estar autorizadas para hacerlo. Son peligrosos porque en la mayoría de los casos la aparente prestación de tales servicios es sólo una tapadera para apropiarse del capital de sus víctimas, haciéndoles creer que están realizando una inversión de alta rentabilidad. Es importante tener claro que los elevados rendimientos que ofrecen suelen ser demasiado buenos para ser ciertos: sólo son el cebo con el que consiguen que los inversores menos informados o más confiados les entreguen sus ahorros. Cuando no pueden justificar las pérdidas, simplemente desaparecen o cambian de nombre. Es decir, no se trata de entidades más o menos solventes o con mayores o menores habilidades en la gestión financiera. Sencillamente, son estafadores.

Fuente: CNMV. Guía de chiringuitos financieros. En https://bit.ly/3dOjDrb

En este ámbito son también de interés los informes del Ministerio de Sanidad sobre adicciones comportamentales, que incluyen tres tipos de conductas adictivas: juego con dinero, uso de videojuegos y uso compulsivo de internet, las cuales se recogen como módulos específicos dentro de las macroencuestas sobre drogas y otras adicciones en España (encuestas EDADES y ESTUDES). En el informe de 2019 se concluye que la evolución desde 2014 confirma que el juego con dinero, el uso de internet y los videojuegos son actividades extendidas socialmente, siendo los hombres quienes juegan más dinero online respecto a las mujeres. Destacando además la prevalencia mayor entre los jóvenes.

La principal herramienta de acceso a internet y de compras online es el móvil, el cual también tiene importantes consecuencias adictivas entre la población joven. Así, un estudio reciente de la Universidad de Navarra (Observatorio La Caixa, 2021, https://bit.ly/33u84n9) analiza una muestra de más de mil jóvenes españoles de entre 18 y 22 años, a quienes se les pregunta sobre el tiempo de uso del móvil y los motivos por los que lo utilizan. Concluyen que el 60% hace un uso "normal" (perfiles 'moderados', 'organizados', 'socializadores'). Mientras que el 40% hace un uso potencialmente peligroso (perfiles 'impetuoso', 'escapista', 'hiperconectado'). Algo más de un tercio (35%) manifiestan signos de falta de control en el uso del móvil, además de altos niveles de ansiedad, niveles bajos de satisfacción, así como bajos niveles de autoestima y de sentimientos de felicidad. Entre los 'hiperconectados' ese porcentaje se multiplica, siendo más de la mitad los que muestran síntomas de un uso problemático de la tecnología.

El mayor sesgo de género se encuentra en los perfiles asociados con la evasión de problemas: Entre los 'escapistas', que usan el móvil en busca de afecto, entretenimiento y evasión, el 62% son mujeres. Y entre los 'impetuosos', que recurren a la tecnología para consumir pornografía o hacer apuestas, el 81% son hombres.

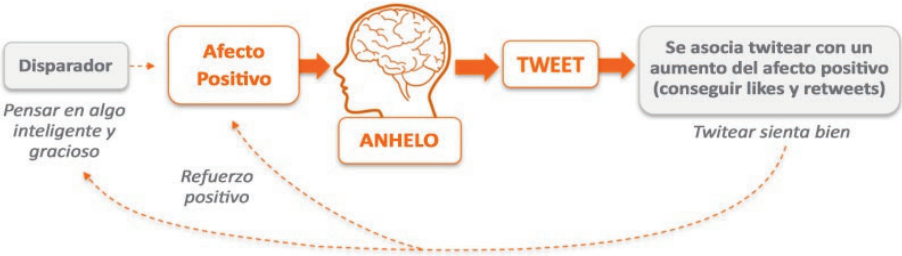


Gráfico 1: Funcionamiento del algoritmo de Twitter basado en el refuerzo positivo

El círculo adictivo al móvil

El circuito de la adicción al móvil:

Consumo compulsivo de bits. El móvil como objeto de deseo y de estatus. Nueva erótica de la posesión digital (conseguir el mejor dispositivo, la conexión más rápida). Atracción que puede convertirse en obsesión, culto a la marca y en adicción.

Fuente: Barroso et al., 2019. "Adicciones clásicas y emergentes. Apuestas, drogas y tecnofilias". Atabal y Diputación de Badajoz, p. 18. Más recursos en la web de Adicciona.es

M-Commerce (comercio desde el móvil): Son las siglas de Mobile Commerce y hace referencia al comercio electrónico desde el teléfono móvil (también tabletas y smartphones).

Fuente: ADICAE, 2019. "120 Términos de e-commerce", p. 37.

Las redes sociales como Twitter, Instagram, Facebook, emplean algoritmos que se basan en procesos psicológicos relacionados con recompensas (Gráfico 1). El esquema es sencillo: acción, comportamiento y recompensa. Primero tienes una idea o imagen divertida (acción), después la subes a tu red social (conducta) y finalmente recibes la aprobación de tus seguidores (recompensa) en forma de like, me gusta, corazón, etc. A nivel físico-químico en el cerebro se produce una descarga de dopamina que refuerza la repetición de la conducta adictiva.

Como afirmaba en 2017 el presidente de Facebook, Sean Parker: "Se trata de daros un toque de dopamina cada cierto tiempo, porque a alguien le ha gustado una foto o ha comentado un post. Se trata de explotar una vulnerabilidad de la psicología humana. Los inventores, los creadores, lo entendimos conscientemente. Y lo hicimos de todas formas". (El País, 15/11/2021, https://bit.ly/3enWqwq).

Las ventajas de internet para el comercio electrónico se resumen en tres aspectos esenciales: flexibilidad, accesibilidad e inmediatez. Aunque también es oportuno subrayar los inconvenientes. Y es que, desde una perspectiva más estratégica y de largo plazo, siguiendo a Javier de Rivera (Papeles, 144, p. 80): "Desde el punto de vista histórico, cada nueva etapa del capitalismo supone una mejora en la capacidad de acumulación. Al igual que el capitalismo financiero se construyó sobre el industrial apoyándose en una nueva capa de abstracción económica (las finanzas), el capitalismo digital lo hace sobre el financiero haciendo aún más complejo el sistema de extracción de plusvalías. En definitiva, es una evolución guiada por la huida hacia adelante del capital para escapar de la tasa de rendimientos decrecientes".

El mismo análisis crítico puede hacerse respecto a los supuestos beneficios de las nuevas tecnologías relacionados con las denominadas 'economías colaborativas' (Papeles, 141, 2018). Y es que "la verdadera ventaja competitiva de la 'economía colaborativa' viene del modo en que sus servicios esquivan las leyes y cargas impositivas que regulan la economía de mercado tradicional. En otras palabras, la auténtica innovación del modelo es el modo en que hace uso

de la tecnología para movilizar la capacidad productiva de los usuarios particulares, facilitando que desarrollen una actividad comercial por debajo de los radares de la regulación mercantil. El éxito de esta estrategia ha contado también con la promoción de discursos que han enmarcado el fenómeno como una nueva forma de consumo, un 'consumo colaborativo' en el que los particulares comparten recursos para satisfacer mutuamente sus necesidades materiales. Por fútiles que parezcan, estos argumentos han logrado promocionarse para influir en la opinión pública y abogar por la permisividad legal hacia estas prácticas". (Papeles, 144, p. 85).

En esta línea reivindicativa se han desarrollado diferentes iniciativas que promueven otro tipo de relaciones de consumo y producción más sostenibles, críticas y responsables, entre las que podemos destacar, a modo de ejemplo, las siguientes:

- **Todos tus Libros:** Plataforma digital para la compraventa de libros editados en España. Link: www.todostuslibros.com

- **Mercado Social:** Circuito económico de la red de Economía Social y Solidaria para el comercio local y sostenible en España. Link: www.mercadosocial.net

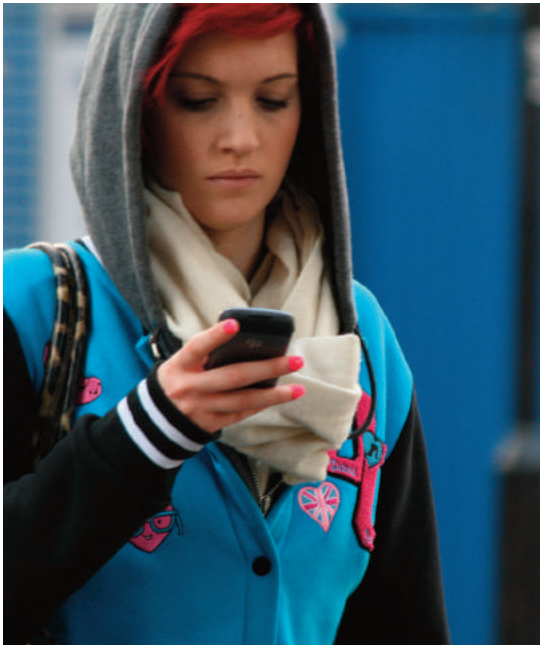
- **Me Cambio:** Alternativas para un consumo responsable promovida por la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS). La web inicial era mecambio.net, después se ha actualizado a formato blog y podcasts. Link actual: https://www.elsaltodiario.com/mecambio

Mercado social:

Circuito económico de la ESS que funciona como una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, formada por empresas de la ESS y consumidores/as conscientes para satisfacer las necesidades de productos y servicios dentro de la propia red y desconectar la economía solidaria de la economía capitalista tanto como sea posible. NO es, por tanto, un mercadillo gratuito y caritativo de productos ecológicos, artesanos y de segunda mano.

Fuente: REAS, 2021, tESSt para un consumo responsable. Campaña "Estas navidades hazte el #tESSt y… consume dentro". Link: https://bit.ly/3Fn5ptB

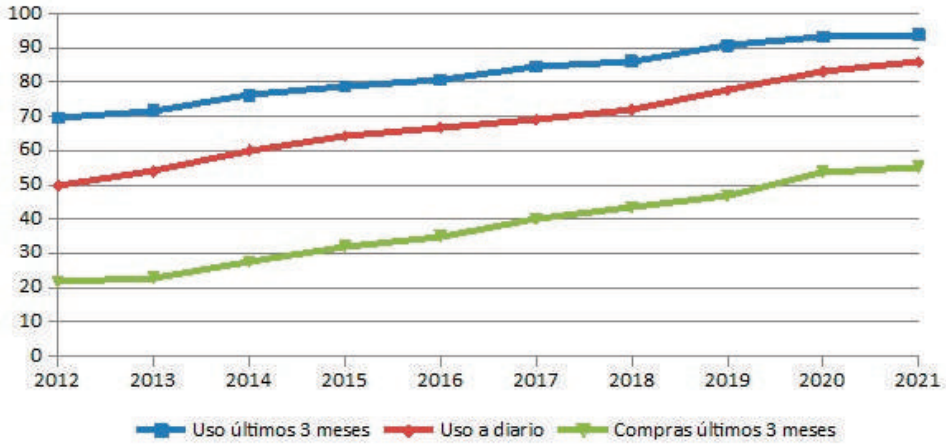
Más info: www.mercadosocial.net



Evolución del mercado electrónico

En España las compras por internet han evolucionado de forma paralela a la frecuencia de acceso a internet durante la última década. Siendo la ropa el producto más adquirido por casi el 40%, seguido por las entregas de restaurantes, comida rápida y catering (6 puntos más con respecto a 2020, superando el 20% de compradores online), con el consiguiente impacto que ello supone sobre los riesgos de empeoramiento de las condiciones laborales de los riders (los nuevos falsos autónomos que explotan las economías de plataformas).

Por sexo hay notables diferencias en los patrones de compra online, los cuales reproducen muchos de los estereotipos sexistas relacionados con la asignación de roles según género, así los cuidados a las mujeres y el dinero y el bricolaje a los hombres. En este sentido es destacable el aumento creciente de quejas por publicidad sexista en los medios digitales, denunciadas principalmente por mujeres (más del 80%), de acuerdo con los informes anuales del Observatorio sobre la Imagen de las Mujeres del Instituto de la Mujer de España. Así, en promedio anual, entre 2005-2018, según el soporte publicitario, las quejas recibidas por anuncios o campañas en internet han sido una cuarta parte del total, alcanzando en 2018 casi las 2.500 quejas acumuladas en todo el periodo. Desbancando internet a la televisión en los últimos años (desde 2013) como principal medio denunciado por publicidad o contenidos machistas.



Fuente: INE (2021). Encuesta de uso de TICs en hogares españoles

A nivel europeo el comercio electrónico está muy vinculado con fenómenos masivos de consumismo en fechas significativas del calendario como el Black Friday o el Cyber Monday (Eurostat, 2021).

Destaca que en 2020 un 20% no ha realizado nunca una compra online, mientras que el 65% de personas entre 16-74 años sí realizó compras por internet en ese año. Observándose una clara brecha según edad: Los más jóvenes (entre 25-34 años) utilizaron internet para hacer compras 2,5 veces más que la población mayor (entre 65-74 años), quienes representan solo un tercio del total de las personas de su grupo de edad.

Entre el 20% de europeos que no han realizado ninguna compra online en 2020, estos se concentran en los países y las regiones con menores niveles de renta: Bulgaria, Rumanía, Chipre, y algunas regiones de Italia y Portugal.

Normativa sobre la usura y los microcréditos

"Si realmente se aplicaran las reglas de la competencia y las leyes de defensa de los consumidores, el sistema colapsaría". (Paul Mason, entrevista, revista Papeles, 144, p. 107).

¿Quién se hubiera imaginado que en el combate contra el fraude financiero en la era de la digitalización de la economía tuviéramos que recurrir a medios legales de principios del siglo XX? Y es que los fraudes y los timos (aparentemente) de siempre han evolucionado también al ritmo de las nuevas tecnologías. Así, como afirma Santiago Álvarez (Papeles, 144, p. 7):

"Los programas y algoritmos que dan vida a las plataformas a las que se accede a través de una aplicación, han sido construidos sobre los supuestos del comportamiento racional de un sujeto que no solo busca su propio interés, sino que además desconfía de los demás. Las economías de plataforma crean una intermediación que extrae valor en lugar de crearlo. Uber o Cabify, por ejemplo, no incorporan procesos de creación de valor, sino mecanismos novedosos de extracción en beneficio de unas multinacionales tecnológicas en un sector hasta hace poco considerado inequívocamente como un servicio público. Las tecnologías de la información, al igual que vienen haciendo las finanzas desde hace tiempo, se han convertido en poderosas palancas del reajuste de la renta y la riqueza entre sectores, grupos sociales y países".

De manera que nos encontramos frente a problemas del siglo XXI luchando con medios del siglo XX. Así es, la Ley de Represión de la Usura, de 23 de julio de 1908, representa la principal arma jurídica para combatir los créditos abusivos que se ofertan en multitud de plataformas online, además de la doctrina sobre este asunto del Tribunal Supremo, en particular las sentencias siguientes (Cinco Días, 01/10/2021):

- Sentencia nº 628/2015, de 25/11/2015, en la que señala que un préstamo será considerado usurario si se dan dos condiciones: el tipo de interés es notablemente superior al normal del dinero, y además el interés estipulado es manifiestamente desproporcionado a las circunstancias del caso.

- Sentencia nº 149/2020, de 04/03/2020, donde se afirma que "para determinar la

referencia que ha de utilizarse como interés normal del dinero para realizar la comparación con el interés cuestionado en el litigio y valorar si el mismo es usurario, debe utilizarse el tipo medio de interés, en el momento de celebración del contrato, correspondiente a la categoría a la que corresponda la operación crediticia cuestionada".

Ley de Represión de la Usura (artículo 1): "Será nulo todo contrato de préstamo en que se estipule un interés notablemente superior al normal del dinero y manifiestamentedes proporcionado con las circunstancias del caso o en condiciones tales que resulte aquél leonino, habiendo motivos para estimar que ha sido aceptado por el prestatario a causa de su situación angustiosa, de su inexperiencia o de lo limitado de sus facultades mentales". La importancia de una buena regulación no solo es garantía para los consumidores, también para la mejora de los procesos de innovación en las empresas. Si bien interesadamente tiende a ponerse el foco principalmente en la responsabilidad individual de los consumidores:

"Al igual que con las discusiones sobre otros productos dañinos para la salud pública, como los alimentos procesados y el alcohol, centrarse en el individuo se alinea con los intereses de la industria al desviar la atención regulatoria de los productos y de las prácticas comerciales que causan daños, y de medidas políticas más amplias que restrinjan y regulen su disponibilidad". (Heather Wardle, El Salto Diario, 24/11/2019).

Consumo y soberanía digital

"Internet y las redes sociales son el nuevo campo de batalla en el proceso de acumulación capitalista. Big Data, Data Mining y otras… representan a los nuevos caballos de Troya para dar el asalto digital a nuestra fortaleza virtual más preciada: nuestros datos personales, a los que van ligados nuestras preferencias y patrones individuales de conducta respecto a decisiones económicas y políticas susceptibles de ser rentables y explotadas por el capital. Todo ello constituye una valiosa información para la manipulación de masas". (Fuente: Guirao et al., coords., 2018, capítulo 8, p. 93).

En redes sociales y en internet hay multitud de iniciativas, experiencias y propuestas para construir movimientos de consumo críticos y responsables. En esta línea es posible definir una serie de criterios básicos para un consumo online sostenible. Siguiendo y adaptando la propuesta del Grupo de Estudios Críticos de Madrid, así como la experiencia de los Mercados Sociales y de las redes de Economía Social y Solidaria. También los grupos y movimientos de monedas locales, los grupos de consumo ecológico, incluidas las asociaciones de consumidores. Y todo ello enmarcado en el ámbito de las reflexiones sobre el valor agregado de la actividad económica impulsada por el sector público, como ha mostrado con vehemencia Mariana Mazzucato. Así es posible definir una estrategia general de "soberanía digital", que sirva de base para un consumo online sostenible, crítico y solidario, en 7 pasos básicos:

1) Impulsar la soberanía digital basada en el desarrollo de servicios que sirvan a los intereses de sus usuarios y cuyo objetivo no sea sustraer o extraer valor de ellos.

2) Impulsar y reclamar a las autoridades públicas un marco regulatorio que elimine el trato de favor a las corporaciones digitales, defendiendo de forma más activa y efectiva el consumo sostenible en el marco de la digitalización de la economía.

3) Promocionar análisis y discursos críticos colectivos sobre el consumo y los deseos que prioricen metas sociales sobre prácticas individualistas y competitivas.

4) Frenar la manipulación de masas que despliegan las corporaciones digitales.

5) Desarrollar canales de comunicación que fomenten la transparencia, la privacidad, la seguridad y la equidad social. Por ejemplo, a través de las redes de economía social y solidaria (ESS).

6) Promocionar infraestructuras colectivas y cooperativas basadas en redes de solidaridad que aprovechen las economías de escala. Por ejemplo, difundiendo los mercados sociales, locales y de proximidad (ver www.mercadosocial.net) y utilizando las nuevas tecnologías para crear bancos del tiempo y otras monedas sociales virtuales.

7) Reinversión social: Recuperar y actualizar el modelo de la "obra social" de las cajas de ahorro. Promocionar y reinvertir las ganancias en proyectos sociales, en línea con los estudios sobre las aportaciones al bien común del sector público, tan denostado desde los discursos neoliberales.

Huellas sistemáticas de la insostenibilidad

Análisis de modelos de consumo

Sugerencia: Para trabajar y debatir en grupos de consumo

Huella de esclavitud: https://bit.ly/3w1Dc7x

Huella en armamento de la banca: https://bit.ly/2Z4CZo5

Huella de economía social (test de consumo responsable): https://bit.ly/3qhhvhr

La huella de carbono de las criptomonedas

La paradoja de la insostenibilidad de la eficiencia online

"La concentración de servicios online en centros de datos de gran escala cada vez más eficientes energéticamente ha contribuido a mejorar los niveles de consumo energético, digamos, "por servicio"; pero el aumento constante del tráfico de datos lleva a que se compensen esos incrementos de eficiencia".

Fuente: IEA (2017). Digitalization & Energy. Disponible en: http://www.iea.org/digital/

La contaminación, los residuos y el consumo energético de las mal llamadas "monedas" digitales es desorbitado como muestran los siguientes datos (recopilados del artículo de Juan Torres posteado el 15/11/2021 con el título "Criptomonedas: solo especulación que acelera el desastre climático"). También puede consultarse para una visión más panorámica el artículo de José Bellver en el monográfico sobre "capitalismo digital" (Fuhem, 2018, pp. 59-77).

En primer lugar cabe resaltar que casi dos tercios de la energía consumida en la producción y gestión de las criptomonedas no procede de energías renovables. No siendo realistas las previsiones existentes de transición hacia tales energías no contaminantes. En segundo lugar, la producción y gestión de las monedas digitales se basa en el uso intensivo de ordenadores (con un alto consumo eléctrico) cuya vida útil es inferior a los dos años.

Los ratios de consumo energético y residuos electrónicos entre transacciones con monedas digitales o con tarjetas de crédito son elocuentes. Veamos los tres ratios más relevantes:

Una transacción con bitcoin supone un consumo eléctrico equivalente a más de un millón de transacciones con tarjetas VISA. En términos anuales sería el equivalente al consumo eléctrico de países como Argentina o Países Bajos o la mitad del que realiza España (233 TWh).

El gasto energético de una transacción con bitcoins genera una huella de carbono semejante a dos millones de transacciones VISA. En otras palabras, anualmente la huella de carbono de producir bitcoins es semejante a la de Chile.

Los residuos de materiales electrónicos de dos transacciones con bitcoin equivalen a más de 1 iPad o casi 3,5 iPhones. En términos anuales son cantidades similares a las de Países Bajos. En términos globales, según el Global E-Waste Monitor, en 2016 el valor total de las materias primas no re-

cuperadas ni recicladas procedentes de los residuos electrónicos ascendió a 55 mil millones de euros, superior al PIB de muchos países.

En resumen, como afirma José Bellver (Fuhem, 2018, p. 76): "Lejos de cualquier desmaterialización, la huella material mundial ha evolucionado en paralelo a la actividad económica. Y las diferencias entre países son aquí también notables: los más ricos consumen en promedio diez veces más materiales que los países más pobres y dos veces más que el promedio mundial".

Todo lo cual no invalida el papel positivo que desempeñan las monedas sociales (físicas o virtuales), en la medida que contribuyen a realizar intercambios y fortalecer redes de consumo local que de otra manera no se harían (Torres, 2016). En este sentido una propuesta para el desarrollo e implementación de una moneda social electrónica podría ser el siguiente (Gisbert, 2010; Lietaer et al., 2015):

Gráfico 3: Esquema para el diseño de una sistema de moneda local electrónica o banco de tiempo electrónico (modelo del reloj).

Los siguientes vídeos pueden ser recursos útiles sobre las monedas sociales, para tener una primera aproximación y aprender más sobre su funcionamiento y trabajarlos en grupos de consumo:

1) Monedas de cambio (documental): https://bit.ly/3EpDQ1r

2) Gestión monedas locales: https://bit.ly/3HdOhqL

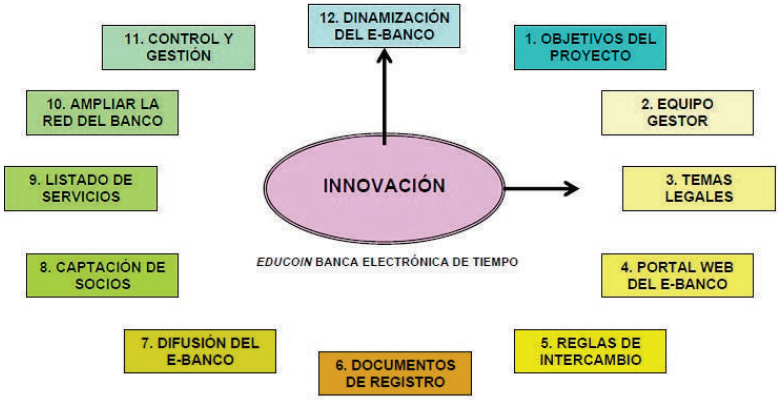
3) Diseño de monedas sociales: https://bit.ly/3mvXz9w

4) Monedas sociales y ODS: https://bit.ly/3JhNLJQ

5) Bancos del tiempo (monetización del tiempo): https://bit.ly/3sx1SFA

6) Ejemplo. El Varamedí: https://bit.ly/3pnQAkI

Dos principios básicos guían la utilidad de las e-monedas locales: 1) La participación de la comunidad implicada en su proceso de creación y dinamización, en el marco social de la digitalización de la economía, promo-



viendo la concienciación social y el compromiso personal en la gestión de los problemas que les afectan, siendo corresponsables de su destino y del desarrollo de un territorio y de su sociedad. 2) No es una e-moneda especulativa ni un valor refugio. Se fomenta su uso y circulación mediante una tasa de interés negativa (oxidación), esto es, una pérdida de valor que penaliza el desuso y la acumulación del dinero, promoviendo una dinamización continua de la economía local.

Sus ventajas son las descritas por diversos autores respecto a otras monedas locales, sociales y complementarias, en particular:

1- Se basa en los principios de abundancia de recursos e inclusión participativa.

2- Promueve las capacidades creativas e intelectuales de los integrantes de la comunidad.

3- Fomenta la autonomía, el sentido de identidad y de pertenencia a un colectivo.

4- Sólo circula dentro de un área geográfica, facilitando la reinversión e impidiendo su fuga.

5- Complementa al dinero de curso legal. No es especulativa, no tiene nada que ver con las criptomonedas como el bitcoin.

6- Puede ser apoyada activamente por las autoridades y administraciones públicas debido a su utilidad social y puede ser soportada técnicamente por alguna entidad financiera, preferentemente, de banca ética.

Test para una compra segura online

Con la finalidad de evitar fraudes y engaños cuando realizamos compras por internet es interesante conocer los requisitos mínimos que debemos comprobar como consumidores, así como conocer nuestros derechos y qué y cómo podemos reclamar.

Los desarrollos legislativos y normativas europeas sobre comercio electrónico buscan unificar las reglas del comercio online entre los distintos países miembros de la Unión Europea, de manera que se ofrezcan unos estándares mínimos suficientes para asegurar los derechos de los consumidores en las compras por internet. Por todo ello, entre otras medidas, se ha incrementado la obligación de informar a los consumidores a la hora de contratar online un bien o servicio. El decálogo de estas reglas básicas se recoge en la tabla siguiente, pudiendo utilizarse también a modo de test orientativo para evaluar si nuestra compra online es segura y cumple los requisitos legales (ADICAE, 2020, curso online, unidad didáctica 4).

Tecnofeudalismo

"La innovación digital tal vez abarate algunos servicios, pero es seguro que ha reducido nuestros salarios para crear una aristocracia digital. La economía de plataformas nos tiene a todos trabajando gratis para ellas, porque ha conseguido que el coste de abandonar sus redes sociales sea mayor cada día (perder amigos, empleos o visados). Joler investiga las conexiones entre Facebook, Amazon y demás colosos digitales y los gobiernos y cómo se reparten poder y dinero. Para frenar la desigualdad que generan deberían dejar de evadir impuestos y pagarlos igual que cualquier tendero (y cubrir el coste de las pensiones, por ejemplo). Pero Joler duda de que quede algún político capaz de lograrlo antes de ser comprado o silenciado".

Fuente: Lluís Amiguet, 04/07/2018. Entrevista a Vladan Joler. Link: https://tinyurl.com/yaykfqrg

"Aunque hoy parezca imposible, las plataformas que centralizan servicios se colaron en nuestra imaginación con el relato de la economía colaborativa. Un imaginario de organización empresarial pero también social que rompía el techo de escalabilidad de las prácticas tradicionales de intercambio de servicios, con un toque ecologista que adelantaba un mundo en el que lo importante no era tener, sino utilizar. Era el relato de la reciprocidad de los bancos de tiempo y los tablones de anuncios del "se busca" y "se ofrece" elevado al cubo con internet". (David Vila, El Salto Diario, 25/01/2020, https://bit.ly/3FomSBZ).

Conclusión

"La economía digital esconde tras de sí unas cargas ecológicas más que reseñables que podemos encontrar en dos frentes: el de unos importantes requerimientos de energía y materiales para su fabricación y uso, y el de unos residuos tóxicos 'desde la cuna hasta la tumba' de su ciclo vital". (José Bellver, en Fuhem, 2018, p. 64).

Las nuevas tecnologías traen consigo nuevas oportunidades y riesgos en el contexto de la digitalización de la economía, es por ello que es cada vez más urgente y necesario tener recursos y espacios para la formación y la reflexión, de manera que se vaya construyendo una comunidad de consumidores más conscientes, críticos, solidarios y responsables.

En este sentido es interesante conocer e investigar sobre las estrategias de las empresas para alimentar la rueda del consumismo y buscar alternativas de consumo sostenible que promuevan las bases de un nuevo sistema productivo más justo y accesible, más democrático y ecológico.

El desarrollo de materiales formativos, especialmente sobre comercio electrónico y temas afines, es una herramienta útil para acercarnos de forma pedagógica a los grandes temas de la economía y finanzas actuales, proporcionando criterios de análisis crítico y de activismo social en beneficio de un mundo mejor.

Un principio básico de acción es el que afirma que a "grandes problemas, grandes soluciones", de manera que no caigamos en respuestas individualistas que suponen en la práctica un aislamiento social que no contribuye a construir alianzas y alternativas comunes. Todavía hay formas de organización y resistencia social que escapan a la inmediatez del click y exigen encuentros e interacciones interpersonales más dinámicas y constantes.

REFERENCIAS

ADICAE (2019). 120 Términos de e-commerce. En https://bit.ly/3yPlh5u

ADICAE (2019). Consumo circular en el día a día. En https://bit.ly/2ZMT3vd

ADICAE (2020). ¿Es ecológico realmente o es sólo marketing? Manual del consumidor crítico para distinguir productos y servicios sostenibles. En https://bit.ly/3ck1ekT

ADICAE (2020). El comercio electrónico y los consumidores. Curso online. En https://bit.ly/3slFDlM

Adicciona Research Lab (recursos sobre adicciones emergentes): https://adicciona.es/

Álvarez, Y. (2021). "¿Cómo saber si tu banco invierte en armas? Una app te lo dice". El Salto Diario, 04/02/2021. En https://bit.ly/3pcxWwC

Banksy Explained (2021). Graffiti, Consumerism and Capitalism. En https://bit.ly/3mpFkCw

Barroso, C., Cambero, S., Herculano, E., Folgado, P., Urbano, A. y Vázquez, A. (2019). Adicciones clásicas y emergentes. Apuestas, drogas y tecnofilias. Atabal y Diputación de Badajoz. En https://bit.ly/3qjQ2vr

Brewer, J. (2019). "Addicted to Twitter? Here's Why". Psychology Today, 06/02/2019. En https://bit.ly/32ghUsI. (Versión en español aquí: https://bit.ly/3sx5fME).

Eurostat (2021). "Are you shopping online today?" Eurostat, 26/11/2021. En https://bit.ly/3ynfBQ1

Fuhem (2018). Capitalismo digital. Monográfico. Papeles, 144. En https://bit.ly/32jbkl1

Gisbert, J. (2010). Vivir sin empleo. Trueque, bancos de tiempo, monedas sociales y otras alternativas. Los libros del lince.

Guirao, C., Marín, C., Gaona, C. (coords.) (2018). Los contenidos de humanidades como lectura multidisciplinar. Gedisa.

IEA (2017). Digitalization and Energy. Informe. En https://bit.ly/3qkUQ3Z

INE (2021). Encuesta de uso TICs en hogares españoles. En https://bit.ly/3dQVlwS

Joler, V. (2018). "La aristocracia digital nos explota y ya no nos deja salidas". Entrevista de Lluís Amiguet. La Vanguardia, 04/07/2018. En https://tinyurl.com/yaykfqrg

Lietaer, B., Kennedy, M. y Rogers, J. (2015). El dinero de la gente. Monedas locales y soberanía económica. Icaria.

Mazzucato, M. (2019). El valor de las cosas. Taurus.

Millares, R. (2019). "200.000 Víctimas del juego, ¿son ya una cuestión de salud pública?" El Salto Diario, 24/11/2019. En https://bit.ly/3FAxnCl

Torres, J. (2016). "Sobre la moneda de Barcelona: crítica a los hipercríticos". Ganas de escribir, 18/11/2016. En https://bit.ly/3pnd2KL

www.adicae.net
consultas@adicae.net
660 175 964