

De plataformas, monopolios y el análisis multidisciplinar de objetos híbridos. Reseña de República Mercado Libre, dirigido por Julián Zícari.

Julián Tagnin¹

Recibido: 01/06/2023; Aceptado: 12/06/2023

Cómo citar: Tagnin, J. (2023). De plataformas, monopolios y el análisis multidisciplinar de objetos híbridos. Reseña de República Mercado Libre, dirigido por Julián Zícari. *Revista Hipertextos*, 11 (19), e068. <https://doi.org/10.24215/23143924e068>

Ficha técnica:

Título: República Mercado Libre

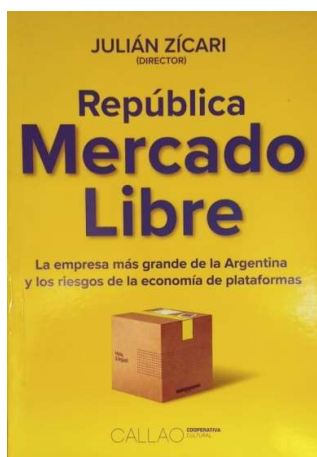
Año de edición: 2022

Autor: Julián Zícari (director)

Editorial: Callao Ediciones

Ciudad de edición: Buenos Aires

Págs: 256



¹ Julián Tagnin es docente-investigador de la Universidad Nacional de José C. Paz (UNPaz), Licenciado en Periodismo, Profesor Universitario en Comunicación y Magíster en Comunicación, todo por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ). Doctorando por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTref), sus campos de interés incluyen los cruces entre política, ciencia, tecnología y sociedad. Contacto: tagnindario@yahoo.com.ar

1. 1. Introducción

La necesidad de reseñar este libro nace de la centralidad que adquirió MercadoLibre (ML) en al menos tres áreas de interés: su astronómico peso propio en la economía argentina, su rol en las prácticas cotidianas de comercio, pago y financiamiento de millones de ciudadanos y finalmente sus disruptivos modelo empresarial y esquema de negocios que lo posicionan como una nave insignia de la economía de plataformas en nuestro país.

Pese a que la empresa nació hace más de veintitrés años, en 1999, y lleva más de 18 años liderando el comercio electrónico nacional, hay relativamente poca bibliografía al respecto. Este libro llega para resumir el estado actual de ML, evidenciar sus contradicciones práctico-discursivas y alertar sobre los peligros de la concentración de su posición cuasi monopólica que impacta sobre el debilitamiento de las políticas públicas, el aumento de las desigualdades sociales y la precarización laboral, entre otras cuestiones relevantes. El nombre del libro es un reflejo de “*The people's republic of Walmart*”, estudio de Michal Rozworski y Leigh Phillips con idéntico sentido crítico sobre otra empresa pionera del Big Data aplicado al comercio, y tiene un arranque prometedor al jugar una popular pero apócrifa frase de Voltaire como epígrafe: “si quieres saber quién te controla mira a quien no puedes criticar”. Sin embargo, podemos decir que esa carta puede parecer demasiado alta para el resto de la baza que van mostrando los autores a lo largo del libro.

El estilo de redacción es ligero, es una publicación que declara buscar, y lo logra, un registro ubicado a medio camino entre el académico y el periodístico. Su lectura es rápida, aunque ofrece una perspectiva bastante integral para entender distintas aristas del objeto de estudio. En contraparte su aporte teórico puede parecer poco desarrollado. En este sentido resalta favorablemente el artículo de Nicolás Dvoskin y Facundo Piovano por la profundidad y concisión. El encargado de la dirección de este proyecto es Julián Zicari, Doctor en Ciencias Sociales e investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), quien cuenta con un inusual póker de carreras de grado (Economía, Psicología, Historia y Filosofía), y es autor de *Camino al colapso. Cómo llegamos los argentinos al 2001 y Crisis económicas argentinas. De Mitre a Macri*. Ambos publicados por Ediciones Continente.

Economistas, sociólogos, periodistas, sindicalistas, politólogos, usuarios y trabajadores de la plataforma ofrecen su perspectiva en esta primera sistematización de abordaje a un objeto tan vasto e híbrido. La coralidad ocasiona algunas redundancias y dispersiones, pero funciona bien como exploración multidisciplinaria del tema. Un criterio general puesto en la revisión de los textos que se presentan como libro hubiera facilitado no tener que leer múltiples veces ciertos datos, pero es necesario suponer que los capítulos están pensados para ser eventualmente abordados de manera independiente entre sí. Cada uno de ellos consta de una breve introducción, no en todos existen referencias intertextuales que cohesionan el sentido general.

Un acierto del libro es apuntar al funcionamiento de ML en nuestra sociedad a partir de las siguientes características preocupantes que posee: "esquema de extractivismo de datos, evasión de impuestos, concentración de mercados, aplicación de algoritmos interesados, desterritorialización del capital y precarización laboral en general, presentado bajo la forma de ser una "económica colaborativa"" (Zicari, 2023: 14). Otro hallazgo que habla sobre nuestra cultura y el enredo de valores en el que vivimos es el marcado contraste entre el mito del “*self made man*”, el genio geek de clase media que en un garage desarrolla un software liberador y revolucionario, y

la realidad de una educación de privilegio en universidades cuyo acceso es privativo, un financiamiento externo totalmente extraordinario en una empresa de riesgo y un líder bien acogido por los medios de comunicación que no desarrolla ningún tipo de producción científico-técnica relevante sino que sabe "mover dinero". MercadoLibre como marketplace no es ninguna innovación, de hecho, E-Bay, quien se convirtió en principal accionista en 2001 de ML, fue fundada cuatro años antes y es posible decir que formalmente sus interfaces de usuario son significativamente similares. Es una muestra más del modelo de negocios de acumulación capitalista que se apropia del desarrollo científico-técnico sostenida por discursos que inciden en la opinión pública cuando hay quienes consideran válido desacreditar cualquier diatriba anticapitalista con el argumento de que quien critica usa productos tecnológicos. El libro constituye una buena muestra de la incidencia transectorial que tienen las plataformas en nuestra sociedad y la necesidad de estudiarlas con el aporte de saberes que puedan dialogar entre sí desde distintos campos.

2. Estructura de República ML

El libro se divide en cinco partes. La primera está compuesta por dos capítulos escritos por Andrés Imperioso, único autor en repetir. Estos capítulos funcionan el primero como una radiografía de la estructura de ML con todas sus unidades operativas y el segundo hace un registro de las víctimas de este modelo de negocios (economías regionales, pequeños comerciantes, productores, etc.).

Andrés Imperioso, oscila entre la apreciación del ecosistema propio de MercadoLibre, que incluye su fundacional marketplace y todas sus actividades económicas (logística, financiamiento, publicidad, pagos, etc.), y la tentación de regularlas hasta el punto de la nacionalización.

La enorme expansión económica horizontal y vertical de esta plataforma ha suscitado facilidades para cada unidad de negocios y el interés de investigar su funcionamiento. se presenta el esquema de negocios de ML, sus estrategias comerciales, sean de captación de clientes como en el caso de la subvención cruzada o la customización de usuarios y ofertas, y la organización algorítmica para la toma de decisiones de la empresa con sus clientes, compradores, prestadores, trabajadores directos e indirectos.

En la segunda parte se abordan los conflictos laborales, sindicales y de género que existen en la empresa. En el tercer capítulo Rubén Seijo y Grisel Baudry, de la Universidad Nacional de Quilmes, tematizan las transformaciones laborales de ML en la cuarta revolución industrial (Informatización y economía del conocimiento). A pesar de ser catalogada como "Great Place to Work" por consultoras, muchos de sus empleados están bajo convenios laborales precarizadores (Horarios rotativos, bancos de horas, anticipación mínima de 48 horas para los turnos, etc.). Esta situación es posible gracias a que ML encontró una conducción sindical "mansa y genuflexa" (Ib.: 93) en la Unión de Trabajadores de Carga y Descarga (UTCyD) luego de ajustar la denominación de sus operaciones, y en connivencia con el gobierno nacional durante la gestión de Mauricio Macri, para que el Sindicato de Camioneros, con quienes tuvo distintos enfrentamientos, no pueda encuadrar libremente la representatividad de sus empleados.

Hasta 2011 los trabajadores de ML cobraban 26% menos que el Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM), obligados a trabajar horas extras y fines de semana sin reconocimiento (Ib.: 17). Muchos de sus servicios están tercerizados, como la logística, por lo cual en esos casos los

mismos trabajadores asumen el riesgo empresario de perder días laborales y los costos en el mantenimiento de sus propios vehículos.

El cuarto capítulo está escrito por Sergio Palazzo, titular del sindicato bancario que lucha por el reconocimiento de los trabajadores del sector financiero de ML dentro del Convenio Colectivo de Trabajo Bancario. Aún sin la afiliación a su sindicato, los trabajadores que realizan las mismas actividades deberían estar dentro del mismo. Palazzo alerta sobre los riesgos financieros que provocan las actividades desreguladas de la economía de plataformas. En el caso particular de Mercado Pago, con todas las funciones de esta billetera virtual, el argumento del autor para su regulación es que realiza captación de fondos, transforma vencimientos de activos, invierte en mercados regulados y utiliza otros apalancamientos constituyéndose en un intermediario financiero (Ib.: 112).

Este modelo de negocios no brinda mejores tasas ni servicios, sino que su ventaja está en la falta de regulación y el abaratamiento de los costos que esto significa. Palazzo señala que en Brasil el Banco Central de Brasil regula las actividades de esta empresa, en Colombia también han desarrollado un control sobre la misma y en México avanzaron en una ley para regular el sector financiero de tecnológicas financieras. Argentina viene a la zaga en regular las plataformas en casi todo sentido, salvo en lo que refiere inyectarles financiamiento vinculado al desarrollo y la investigación. Quizá la imagen pública relativamente positiva de las mismas, el lobby de las empresas, el escaso diálogo político de la población en estos últimos años o el atraso institucional que generó la pandemia sean algunos argumentos para entender nuestra falta de interés en legislar democráticamente a favor de la población y en contra de los intereses corporativos, pero en todo caso es un tema pendiente de nuestra comunidad.

En el quinto artículo la periodista Irina Sternik señalan las problemáticas típicas de los discursos atentos al orden de géneros en los ámbitos laborales: pirámide distributiva con cargos superiores ocupados por hombres y viceversa, prácticas permisivas en cuanto a la violencia simbólica de género y mayor fraternidad masculina en el trato diario que genera sensaciones de exclusión y falta de reconocimiento para las trabajadoras.

En resumen, en estos capítulos se destaca una crítica política de la fuerte movida antisindical y a favor de la desregulación de los derechos laborales que históricamente protagonizó ML, situación con un fuerte paralelismo con el anti-sindicalismo de otras plataformas como Amazon que directamente persigue a quienes intentan agremiarse.

La tercera parte del libro analiza el discurso político e ideológico intensamente neoliberal de ML en la voz de uno de sus fundadores y director: Marcos Galperin. Lo más interesante es que los autores, ya mencionados, del capítulo seis contrastan con acontecimientos históricos que evidencian las contradicciones y paradojas de esa posición a favor del mercado con los beneficios impositivos y el financiamiento del Estado que recibe ML desde su origen. Se presenta el *ethos* neoliberal de Galperin a partir de sus apariciones públicas, amén de que coincidan o no en un ciento por ciento, con sus pensamientos. Lo encuentran autorreferencial y ejemplificador en el mismo gesto: es usual que se proponga como modelo a seguir. Nunca hace desarrollos teóricos profundos, pero su sentido común neoliberal (meritocrático, competitivo, voluntarioso) está apoyado en el éxito económico y empresarial que justifica su postura. En el capítulo 7 el economista Augusto Trevisan evidencia lo que Galperin omite en sus apariciones públicas en medios de comunicación: la importancia que tuvo su inclusión en el Régimen de promoción de la industria del software que le permitió tributar menos impuestos, y acceder a distintos beneficios

como divisas irrestrictas contra importación o devolución de crédito fiscal, lo mismo con ser alcanzada ML por la Ley de Promoción de la Economía del Conocimiento, prácticamente redactada a su conveniencia, en 2017. Como guinda de su flagrante contradicción debemos tener en cuenta que el Estado ha protegido su desarrollo afectando la libre competencia, ya que las condiciones son desiguales para que un competidor más grande y con mayor resto financiero como Amazon pueda participar del mercado argentino. Para entender esto último por fuera de los incentivos fiscales, podemos pensar en las licencias no automáticas de importación que volvió a instaurar el gobierno nacional y dificulta el acceso de ciertos productos extranjeros al país.

La cuarta parte del libro comienza con el análisis de los también economistas Martín Burgos y Estanislao Malic acerca del rol de Mercado Pago en las finanzas, ámbito donde destacan sus tasas usureras y la falta de regulaciones en general que ya hemos mencionado. A pesar de la centralidad de la innovación en su discurso, en el sistema financiero opera igual que un banco tradicional. La práctica sociotécnica en donde sí ha incidido es en el pago, dado que en este ámbito popularizó los sistemas digitales. Se alerta aquí sobre la concentración del capital privado en los sistemas digitales de pago que expresa una dinámica regresiva de transferencia de ingresos y un menor poder del Estado en el control del desarrollo económico.

En el noveno capítulo Alejandro Gaggero, Leandro Navarro Rocha y Bruno Pérez Almansi del Conicet e EIDAES/UNSAM realizan una comparación con el empresariado tradicional argentino y estudian la composición accionaria y directiva de ML. Casi todos sus directores estudiaron economía en alguna universidad estadounidense y tienen experiencias laborales vinculadas con el mundo financiero. El equipo que redacta esta sección resalta la diferencia de conducción entre los perfiles cortoplacistas y especuladores del mundo de las finanzas con la dirección de tendencia productivista de aquellos que vienen del mundo industrial o la mirada orientada a la diversificación y ampliación de mercados que tienen los formados en marketing.

Por último, tenemos la quinta y última entrada que enseña una comparación con otras plataformas internacionales. Dicho trabajo permite tener noción de la posición ecológica de ML en esta economía de plataformas. En el capítulo diez, Héctor Basquet, Miguel Giudicatti y Carolina Vodopivec relatan la expansión regional de ML, la dinámica del comercio electrónico y las estrategias de internacionalización de la marca. En el último capítulo Sebastián Smerling, magister en ciencia política, compara a ML con Alibaba, de China, y Amazon, de Estados Unidos. Algunas variables de análisis que se toman en cuenta son el comportamiento en políticas empresariales, laborales, el crecimiento y rol relativo de cada una en los mercados internacionales. Incluso cuando las comparaciones son sumamente ilustrativas para tener una imagen general del estado actual del sector, y se detalla el origen y desarrollo de algunas prácticas empresariales, la sensación es que queda pendiente investigar el origen de ciertos avatares históricos que formaron cada unidad integrada dentro de su propio ecosistema. Hay muchos cruces y préstamos entre este tipo de empresas. ¿Qué cosas tomó y cuáles cambió ML respecto de la interfaz del usuario de eBay en el sitio web? ¿Cuál fue la primera en desarrollar e instalar una App? ¿Cómo lidian con las regulaciones gubernamentales otras plataformas?

3. El rol de ML en la economía de plataformas

En nuestro país ML representa la nave insignia del capitalismo de plataformas. En su primera forma de *Marketplace* consiguió popularidad y alcance en 8 países de Latinoamérica incluso antes de que Facebook esté disponible en castellano, plataforma que muchos jóvenes actualmente no

usan por considerarla para usuarios de franjas etarias mayores. Y como plataforma de cobros, y créditos, Mercado Pago es la más utilizada en el país, siendo que solo en el año 2021 más de setenta mil millones de dólares se movieron por las cuentas de sus más de cinco millones de usuarios (Zicari, 2023: 197). La pandemia ha acelerado la digitalización de la población y generado una enorme concentración de ingresos en favor de este tipo de empresas que operan en internet.

A lo largo del compilado de textos encontramos constantes referencias a los libros de Natalia Zuazo *Guerras de Internet* (2015) y *Los dueños de internet* (2018) y no es descabellado leer ciertas partes como una continuidad del trabajo de Zuazo a partir de la profundización de un caso específico, ML. Al igual que con el resto de las plataformas podemos encontrar la lógica de que el ganador se queda con todo debido a que el costo marginal de incorporar usuarios es cercano a cero y socioeconómicamente resultan más valiosas cuánto más oferta y demanda contienen (sea de bienes, servicios, datos), con lo que tienden a posiciones monopólicas. Son operaciones multinacionales a gran escala que eliminan intermediarios, destruyendo puestos laborales tradicionales, y reorganizan los recursos humanos y la sociabilidad en una constelación tanto atomizada como hiperconcentrada. Lo primero porque los vínculos sociales se "aplanan" en el intercambio normado por las plataformas y lo segundo porque justamente todas funcionan como un "Gran Hermano" que controla los flujos comunicacionales dentro de su órbita.

Un rasgo común de las plataformas es la automatización y algoritmización en el manejo de la información y en la estructura operativa que presentan sus interfaces. Detrás del tradicional discurso por la eficiencia que sustenta estos fenómenos existe una política de intereses y objetivos empresariales que intenta pasar por neutra la organización sociotécnica propuesta. Por lo general es la misma defensa del lucro lo que se persigue, por ejemplo, con la normativa de no permitir la comunicación por fuera de la plataforma que permitiría evadir el cobro de las comisiones, pero otras veces es el interés por conseguir reducciones de impuestos o algún tipo de evasión de controles, prebendas o beneficios estatales. Por ejemplo para este último caso podemos citar que los algoritmos que definen las tasas en la oferta personalizada de Mercado Crédito o los precios y descuentos del Marketplace distan de ser transparentes y son muy difíciles de controlar para el Estado, tanto para que el Banco Central de la República Argentina (BCRA) pueda controlar que no exista usura o para que la Secretaría de Comercio pueda controlar que no exista abuso de posición dominante, perjuicio a la libre competencia o tipos ilegales de discriminación de precios.

La digitalización de la vida social tiende a la concentración de las actividades en plataformas de uso masivo, justamente su principal valor radica en el propio contenido que generan los usuarios y cuánto más atractiva sea la plataforma más gente estará dispuesta a producir contenido en lo que podemos entender como un círculo virtuoso. El problema es que estos espacios, que podemos considerar públicos por su uso generalizado, son controlados por grandes corporaciones y apenas se adaptan a las regulaciones locales. El caso UBER en Buenos Aires es un gran ejemplo, no respetaron casi ninguna normativa y siguieron operando porque les resulta más económico pagar las multas que adecuarse a lo que dictan las leyes democráticas. Estas transformaciones tecnosociales de nuestras mediaciones requieren nuevas formas de control que tengan en cuenta las características de estos actores. Por ejemplo, el crítico bielorruso Evgeny Morozov propone el arancelamiento al uso de datos públicos sobre nuestro comportamiento como vía de un control fiscal de esta actividad económica.

Sabemos que el principal insumo de las plataformas proviene de un proceso conocido como extractivismo de datos, que incluye la recolección, extracción y aprovechamiento de grandes cantidades de datos por parte de empresas u organizaciones. Algunos datos comunes incluyen información detallada sobre las actividades, preferencias, comportamientos y características de los usuarios o consumidores. Para el caso ML los utiliza para diversos fines como la publicidad dirigida, análisis de mercado, personalización de productos y servicios, toma de decisiones empresariales, investigación y desarrollo, entre otros. Además, los datos también pueden ser vendidos o compartidos con terceros para su uso en diversas aplicaciones. La creciente dependencia de las empresas en la extracción de datos también puede generar desigualdades y concentración de poder, ya que aquellos con acceso a grandes cantidades de datos pueden tener ventajas competitivas significativas sobre otros actores. Entonces, siguiendo a Morozov, una buena manera de generar condiciones igualitarias en una sociedad democrática es rentabilizar ese bien común que es la base de la inmensa productividad de las empresas de plataformas: los datos. Otras ideas, que recogemos del segundo artículo de Imperioso, se relacionan con la creación de una mesa de diálogo para que el gobierno regule las demandas de los distintos actores con ML, o la adaptación de la ley 27.545, "de góndolas", para garantizar una distribución equitativa de los distintos proveedores y diversificar productos y marcas.

4. Tensiones alrededor de la democracia

ML declara tener como misión institucional "democratizar el comercio electrónico". Como señala García Canclini, el mercado muchas veces opera como un vector democratizador ya que puede ampliar las posibilidades de participación y acceso a bienes y servicios para un mayor número de personas. En sociedades donde existen altos niveles de desigualdad económica y exclusión social, como la nuestra, el mercado puede ofrecer oportunidades para que las personas puedan mejorar su calidad de vida y satisfacer sus necesidades básicas. Hay casos de pymes y emprendedores que pudieron desarrollarse con el marketplace de ML, sin embargo, es claro que la plataforma privilegia la posición de grandes actores ya que pueden comprarse posiciones en los listados de productos que aparecen en la interfaz del usuario que busca algún objeto. También la inclusión de un número importante de personas no bancarizadas en el mercado financiero que posibilitó el desarrollo de Mercado Pago en nuestro país puede entenderse como un fenómeno democratizador, sin embargo, y como vimos, las tasas desreguladas resultan usureras para poblaciones vulnerables y esta inclusión finalmente aumenta la desigualdad económica. Por lo general a las plataformas no les interesa si su gestión es democrática salvo que pueda ser un recurso de imagen corporativa. Nunca abren los datos para uso público, ni tienen planes de redistribución de la riqueza acumulada. Tampoco suelen contemplar su impacto a nivel territorial: a muchos comercios y Pymes regionales, por ejemplo, la oferta de los grandes jugadores del marketplace los deja fuera de competencia por los costos que manejan, centralizando aún más la distribución económica.

El discurso democrático queda en un plano formal e inocuo en plataformas cuya organización es fuertemente verticalista, donde los usuarios tienen un rol pasivo frente al diseño de las políticas normativas que regulan el funcionamiento de las mismas.

Y no es menor considerar la contribución impositiva de las plataformas en las economías nacionales, ya que una parte considerable de la robustez democrática depende de la capacidad del Estado de garantizar los propios derechos consagrados en sus cartas magnas. A los cuestionados

beneficios impositivos de los que gozó por haberse presentado como una empresa desarrolladora de software, cuando su principal actividad económica es la intermediación comercial y financiera, hay que sumarle una especial atención a la conducta de su propio fundador. Por ejemplo, desde agosto de 2002 Galperin fijó residencia en el Uruguay, volvió a presentar domicilio fiscal en Argentina solo unos años durante el gobierno de Mauricio Macri para regresar al país oriental durante 2020. De esta manera, aunque su exitosa empresa tiene sede en Buenos Aires, el empresario casi no tributó impuestos personales, como ganancias, ante la AFIP. Invertió en agronegocios desde una empresa de las Islas Vírgenes Británicas, según los documentos obtenidos por el diario alemán *Süddeutsche Zeitung* y compartidos por el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ). A esto hay que agregarle que durante tres años fue director independiente de una empresa que provee internet en Rusia, radicada también en las Islas Vírgenes, según se sigue de la documentación filtrada en el caso conocido como *Pandora papers*. Estas maniobras empresariales ligadas a paraísos fiscales constituyen una alerta para cualquier autoridad impositiva.

Pero la cuestión democrática principal radica en el control de las plataformas. Su financiamiento privado y su desarrollo corporativo las instalaron como espacios sociotécnicos de intercambio individualizante, aun cuando se ocupen de actividades que tradicionalmente formaban parte del espacio público. Si bien existe una geopolítica detrás de la expansión de las plataformas, como evidencian las colaboraciones de varias de ellas con la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense o las restricciones que reciben Tik-Tok y Telegram en algunos países occidentales, por lo general los Estados no intervienen y corren desde atrás en la regulación. En resguardo de las democracias sería buen momento de que los ciudadanos y ciudadanas empecemos a decir cómo queremos que sean nuestras relaciones en estos espacios, qué esperamos que se haga respecto de la seguridad y privacidad de nuestros datos y cómo pensamos distribuir el producto de la altísima productividad que generan estos monopolios de la intermediación digital.

Referencias

- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Morozov, E. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*. Capital intelectual/Katz.
- Zuazo, N. (2015). *Guerras de Internet*. Editorial debate.
- Zuazo, N. (2018) *Los dueños de internet*. Editorial debate.
- Zicari, J. (2023). *República Mercado Libre*. Editorial Callao.