

11. EL FUTURO NUNCA ESTUVO TAN PRESENTE.

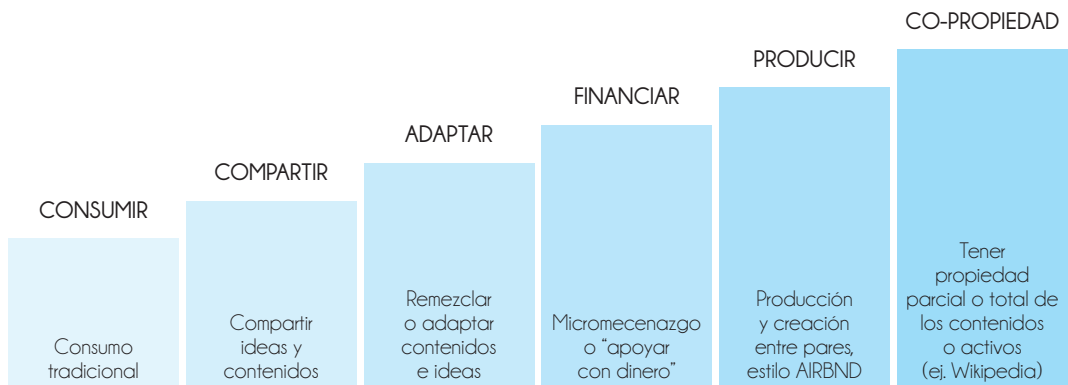
El ciudadano productor y la sociedad colaborativa

A nadie se le escapa que los ciudadanos hemos dejado de ser consumidores para tomar un rol mucho más activo en la producción de bienes y servicios. Emerge el **ciudadano productor**, también llamado prosumidor. Internet y las herramientas digitales cada vez más accesibles han permitido que casi cualquier persona pueda convertirse en un productor de valor en el entorno digital: abriendo un *blog*, subiendo un vídeo en Youtube, editando una entrada de la Wikipedia, participando en un proyecto *software* abierto o simplemente tuiteando sus opiniones.

Estas mismas dinámicas y cultura digital están saltando fuera del espacio puramente digital, dando lugar a lo que hemos venido a llamar **economía colaborativa**: el conjunto de prácticas y modelos económicos basados en **estructuras horizontales, comunidades y recursos compartidos** que están **transformando nuestra manera de vivir, trabajar y crear**.

Esta democratización de la producción de valor ya ha puesto patas arriba muchas industrias. Lo digital e Internet han difuminado las barreras entre lo profesional y lo *amateur* (Sundararajan, 2014). A la vez se han puesto en tela de juicio regulaciones planteadas desde un punto de vista que no tenía en cuenta la existencia de la Red y las capacidades que estos ciudadanos creadores hemos adquirido con Internet.

GRÁFICO 11.1. FORMAS DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA



Fuente: Elaboración propia a partir de <https://hbr.org/2014/12/understanding-new-power> (24/03/2015).

Importante remarcar que los ciudadanos están haciendo todo esto sin pedir permiso ni perdón. Lo hacen porque pueden, porque quieren y porque les beneficia. Además, una vez el ciudadano ha experimentado este nuevo poder, ya no quiere volver a atrás, se siente empoderado. Este nuevo poder (Heimans y Timms, 2014) es como una corriente, como el agua o la electricidad. Está formado por muchos, es abierto, participativo y se distribuye. El objetivo del nuevo poder no es capturarlo y acumularlo sino encauzarlo hacia donde sea más útil.

Los jóvenes son, sin duda alguna, actores principales y motores del cambio que va asociado al uso de este nuevo poder que se materializa en los muchos ejemplos de economía colaborativa. Para simplificar, la economía colaborativa se divide en cuatro grandes bloques (Cañigüeral, 2014; OUIShare, 2014):

- El **consumo colaborativo** es probablemente el bloque más conocido hoy en día. Se trata de aprovechar el poder de Internet y de las redes *peer-to-peer* para reinventar cómo compartir, alquilar, intercambiar o comerciar bienes y servicios. Algunos ejemplos de ellos son: *carsharing* (Avancar, BlueMove, RespiroMadrid), alquiler de coches entre particulares (SocialCar, Getaround, Drivy), compartir trayectos (BlaBlaCar, Carpooling), alquiler/cesión/intercambio de espacios vacacionales entre particulares (Airbnb, Couchsurfing, AlterKeys, MyTwinPlace), recirculación de bienes (Wallapop, SegundaMano), y muchos, muchos más.
- El **Movimiento Maker y la Peer Production** están marcando el comienzo de una nueva revolución industrial (a menudo llamada tercera revolución industrial) en base a la cultura *Do-It-Yourself* (DIY) y la aplicación de los principios del *software* libre a la fabricación. Esto ha sido posible gracias a la democratización de las herramientas de fabricación digital, al desarrollo de espacios creativos compartidos (FabLabs, HackerSpaces, MakerSpaces) y al intercambio de conocimientos e información entre los fabricantes. Para entendernos, se consigue democratizar la producción física, al igual que como he comentado al inicio los *blogs* y las redes sociales han democratizado la publicación de contenidos. Este conjunto de actividades está permitiendo la relocalización de la producción en las ciudades que vuelven a ser centros productivos. Algunos ejemplos son: FabLabs, impresoras 3D, Shapeways, LocalMotors, WikiHouse, Arduino, OpenStructures, OpenDesk, OpenSourceBehives, etc.
- Las **finanzas participativas y el capital distribuido**. Tras experimentar los devastadores efectos de la crisis financiera, los ciudadanos estamos optando por reinventar “el dinero”, parte de sus funciones y la manera en que este se crea y se hace circular. En el fondo, el dinero es, entre otras cosas, un medio de intercambio basado en la confianza entre aquellos que lo usan. En el momento que podemos generar esta confianza entre los miembros de una comunidad por otros mecanismos, podemos empezar a depender menos del dinero y de los bancos. Aquí es donde entran las diversas modalidades de microfinanciación (*crowdfunding*), los préstamos entre personas, el ahorro colaborativo, etc. También se incluyen las monedas sociales y las criptomonedas digitales que crean nuevas formas de intercambio de valor. He aquí algunos ejemplos: Kickstarter, Ulule, Verkami, Goteo, LendingClub, Comunitae, BitCoin, etc.
- El **conocimiento abierto** crea la base para la construcción de sociedades colaborativas y sostenibles mediante la apertura y la democratización de los gobiernos, la ciencia, la educación, la cultura y la economía. El conocimiento abierto representa los cimientos de la economía co-

laborativa y afecta al resto de bloques. La velocidad y el impacto de la economía colaborativa sólo han sido posibles gracias a que muchas de las personas que lideran proyectos emplean prácticas y herramientas abiertas, que permiten a los modelos de la economía colaborativa crecer y distribirse mucho más rápido de lo que lo harían en una economía capitalista tradicional. Al tratarse de bienes inmateriales (ideas, conocimiento, datos, etc.), cuando se comparten, se genera abundancia absoluta de los mismos. Esta aproximación deja completamente fuera de juego a la economía tradicional, basada en la gestión de los recursos escasos. Algunos ejemplos de practicantes del conocimiento abierto son: Licencias Creative Commons, Software libre, Open Source Hardware Association, Open Knowledge Foundation y los movimientos Open Access en general.

Este conjunto de posibilidades de producir valor en la sociedad e intercambiarlo de manera directa entre pares da lugar a estos ciudadanos productores y empoderados. Son millones y con estas comunidades están transformando las ciudades, las organizaciones y la acción civil en todo el mundo con unos efectos que aún no podemos comprender en su globalidad (EBE, 2014).

La proyección de este escenario de presente al futuro es el eje discursivo principal del último libro de Jeremy Rifkin. En 2050 los prosumidores dominan el mundo. Su concepción de la economía, la cultura y las artes como productores y consumidores de manera gratuita, o casi gratuita gracias al coste marginal cero, y sus hábitos de compartir la creación han colonizado la vida de la gran mayoría de habitantes del planeta. Un sistema llamado procomún colaborativo que ha derrocado, de manera casi silenciosa, al capitalismo. Es el retorno al sistema de comunidades colaborativas de la Edad Media, pero ahora vestido de tecnología digital (Rifkin, 2014).

Volviendo al tiempo presente, la economía colaborativa se puede enmarcar como un sistema híbrido entre el capitalismo y el hiperconsumismo del siglo XX y el procomún colaborativo que describe Rifkin para el 2050. En este momento de hibridación algunos tienden a romantizar este cambio y otros tienden a subestimarlos de manera igualmente peligrosa.

“La batalla y el equilibrio entre el poder tradicional y este nuevo poder será el rasgo definitorio de la sociedad y las empresas en los próximos años.” (Heimans, 2014)

11.1. LOS TRES MOTORES DE LA SOCIEDAD COLABORATIVA INHERENTES A LA REALIDAD JUVENIL

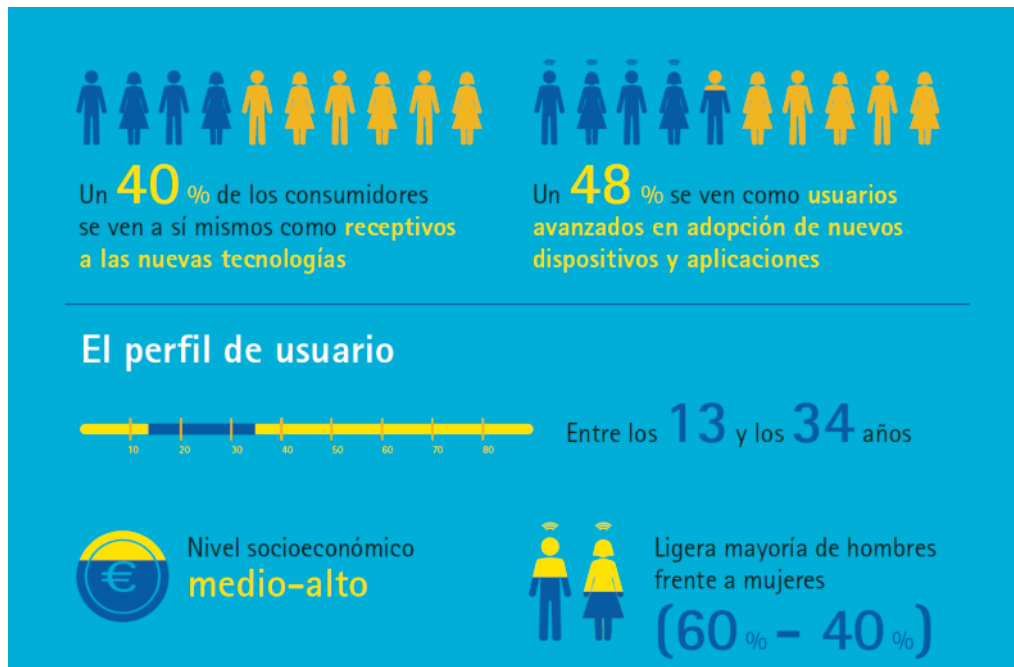
Como describió, aunque fuera medio en broma, Douglas Adams (Adams, 2005), la reacción frente a las nuevas tecnologías e ideas asociadas se puede simplificar en:

- Todo aquello que existe cuando naces te parece normal y ordinario. Forma parte natural de la manera en que el mundo funciona.
- Lo que se inventa entre tus 15 y 35 años te parece excitante y revolucionario. Puedes incluso pensar en desarrollarte profesionalmente en alguno de estos espacios.
- Cualquier cosa que se inventa cuando tienes más de 35 años ya te parece que va contra el orden natural de las cosas.

Bajo este prisma es relevante analizar el encaje de la generación de los jóvenes “millennials”, entendida como la primera generación que llega a la mayoría de edad después del año 2000 (Pew Research Center, 2010) o también conocidos como “generation Y” o “nativos digitales” (Windisch y Medman, 2008). Para estos jóvenes, los tres motores del cambio hacia una sociedad colaborativa (cultura digital + tecnología omnipresente + crisis económica) son simplemente “lo normal” y no entienden que el mundo no funcione ya de manera completamente colaborativa.

Internet y la cultura digital. Es obvio que el mundo ha cambiado gracias a Internet, que ha llevado a la aparición de una cultura propia de los entornos puramente digitales. Los jóvenes han crecido descargando música en vez de comprar CDs y mirando fotos digitales en un portátil en vez de un álbum; el salto a compartir otros productos es más simple para los *millennials* que para las generaciones precedentes de *generation X* y los *baby boomers* (Botsman y Rogers, 2010). Los *millennials* también son más ágiles con la tecnología y están habituados a usar la redes sociales para conectar y compartir detalles de sus vidas con iguales (Pew Research Center, 2010). Todo ello también puede tener influencia en la percepción de la confianza entre desconocidos por parte de esta generación (Pick, 2012).

GRÁFICO 11.2. PERFIL DEL USUARIO DE INTERNET ESPAÑOL



Fuente: <http://www.ametic.es/download/documents/-infografia-2014-p-tendencia-1.pdf> (24/03/2015).

La tecnología omnipresente. Ha habido una evolución tecnológica que nos permite permanecer conectados todo el día y sin necesidad de estar sentados frente a un ordenador. Nos llevamos la cultura digital con nosotros a todas partes. España es uno de los países del mundo con mayor

penetración de este teléfonos móviles inteligentes, un 84% (Accenture y Ametic, 2014). Estos dispositivos permiten un uso de las plataformas muy ágil y, al mismo tiempo, aportan soluciones a temas como la identidad digital, la geolocalización, sistemas de pagos y, en general, una mayor velocidad de respuesta entre los usuarios de estas redes. El hecho de poder apalancarse en el amplio despliegue de teléfonos móviles inteligentes ha sido una de las claves del rápido crecimiento de las plataformas digitales que son la base de la economía colaborativa (Creus, 2014).

La crisis económica y de confianza. Por supuesto, la crisis económica ha dado mayor velocidad a los cambios que ya estaban en marcha. Las crisis siempre han empujado a la gente a espabillarse, a agudizar el ingenio, a buscar otros caminos y a aprovechar las oportunidades para reducir sus gastos y/o generar ingresos extras. Además, la crisis ha destruido la confianza que se había depositado en gobiernos, partidos políticos y grandes empresas (Khodyakov, 2007; Newton, 2001). También hay que destacar la correlación que existe entre la confianza y las desigualdades económicas en una sociedad (Uslaner, 2000). La ciudadanía ha visto en la economía colaborativa una manera de unirse, autoorganizarse y de poder confiar más los unos con los otros. Estas plataformas, especialmente las de consumo colaborativo, se han convertido en un mecanismo de redistribución directa de la confianza entre los ciudadanos.

11.2. LOS MILLENNIALS EMPODERADOS, EL FUTURO DEL TRABAJO Y LA POLÍTICA DEL RENACIMIENTO EN RED

Los millennials y la economía colaborativa

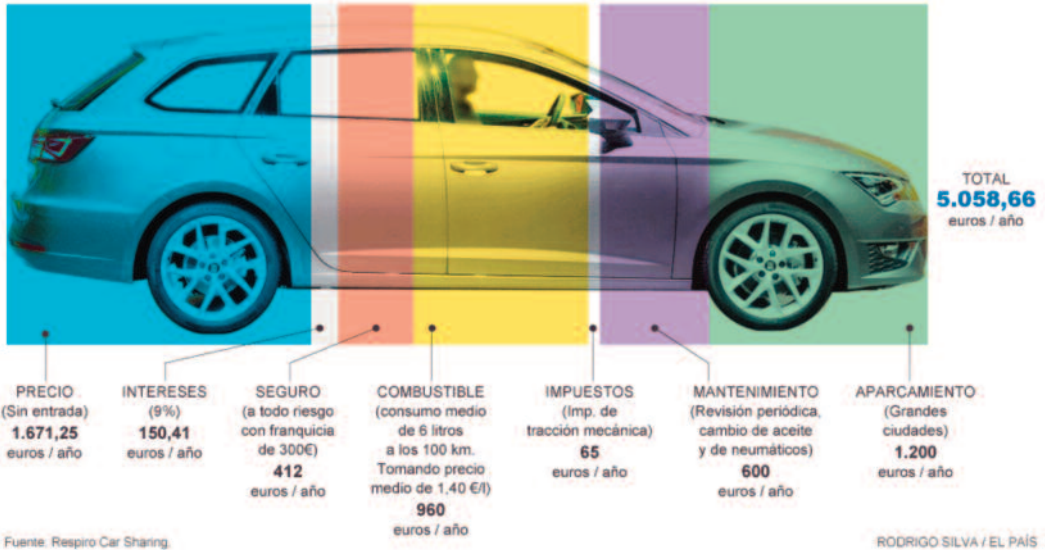
Los *millennials* están adoptando la idea del acceso frente a la propiedad. “Desde que esta generación ya no se define principalmente por lo que posee, sino por lo que le gusta y los grupos a los que pertenece, se está acelerando una actitud de alejarse del consumismo y hacia el intercambio.” (Gansky, 2010:71)

Los investigadores, así como los perfiles presentes en las plataformas y las opiniones en *blogs* apuntan que la mayor parte de la gente que participa en la economía colaborativa son *millennials* con un buen nivel educativo (Campbel-Mithun, 2012; Glind, 2013; Ipsos Public Affairs, 2013; Makonen 2013). Markus Barnikel, CEO de Carpooling.com, cree que la economía colaborativa se expandirá más allá del círculo elitista actual: “Cuando me encontré con los tres co-fundadores de Carpooling.com tuve el mismo sentimiento que cuando me uní a Yahoo en 1999. En esos momentos la gente decía: ‘Internet es sólo una moda pasajera, para las elites urbanas, la gente no lo usará.’ Hoy oigo lo mismo acerca del consumo colaborativo y creo que la historia se repetirá.” (Ouishare, 2013)

¿Pero cuántos son? A estos jóvenes que ven el mundo a través de una gafas colaborativas no les interesa comprarse un coche. En Madrid, el 58% de los jóvenes (18-25 años) prefieren tener un *smartphone* que disponer de un coche (BlueMove, 2013) Ellos ya saben que pueden moverse gracias al *carsharing* urbano y a las aplicaciones de taxi y de compartir trayectos en coche desde sus teléfonos móviles. Saben que un coche está estacionado 23 horas al día de media y cuesta 5000€/año mantenerlo (Respiro, 2014). En 2010, los adultos americanos de entre 21 y 34 años

compraron sólo el 27% de los coches nuevos, una cifra mucho menor que el 38% en 1985. El número de adolescentes con carnet de conducir también se redujo un 28% entre 1998 y 2008 (Thompson y Weissmann, 2012).

GRÁFICO 11.3. EL COSTE DE TENER UN COCHE



Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/11/21/media/1416597831_091886.html (24/03/2015).

Los bancos y la finanzas en general tampoco están a salvo. El 53% jóvenes no entiende la necesidad de los bancos y los ve todos iguales, el 33% incluso cree que no va a necesitar nunca un banco (Millennials Disruption Index, 2014). Ellos ya tienen otras maneras para financiarse y sacar proyectos adelante. El 41% de los jóvenes entre 16-34 años ya han dado dinero en un *crowd-funding* o piensa hacerlo en el próximo año (Havas, 2014). El 43% de estos mismos jóvenes piensa en el precio de venta de segunda mano cuando compra alguna cosa nueva (Havas, 2014). También han aprendido, en videojuegos por ejemplo, que no todos los intercambios tienen que hacerse con la moneda de curso legal. “En el fondo el dinero es una manera muy primitiva de condicionar las relaciones entre las personas.” (Pavlik, 2013)

Los expertos también apuntan que jóvenes del futuro no necesitarán de universidades en el sentido tradicional ni de un *curriculum* cerrado: se autoeducarán, aprenderán en grupo aquello que necesiten y luego compartirán sus aprendizajes con el mundo de manera abierta (EIDiario, 2014). En el fondo, si aprendes a programar gracias al código abierto, Arduino por ejemplo, acabas compartiendo tus conocimientos en código abierto también de manera natural.

Aun con todas estas cifras de adopción, el nivel de conocimiento de la economía colaborativa sigue siendo bajo. Un par de datos: sólo un 18% de los jóvenes entre 25 y 40 años conoce el concepto de “*car-sharing*” (BlueMove, 2013) y únicamente un 10,5% de los internautas españoles dice saber lo que es economía colaborativa o consumo colaborativo (TwoMuch, 2014).

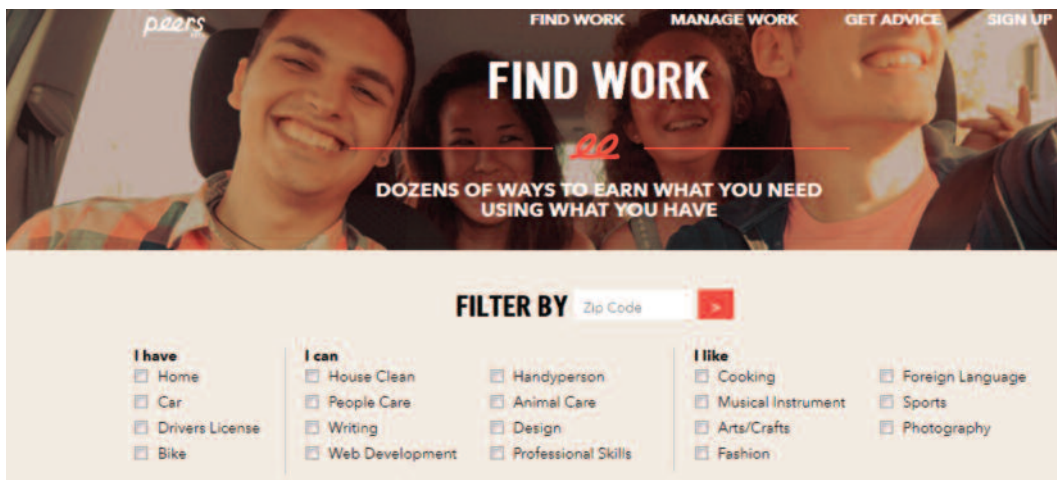
El futuro del trabajo: tendrás 7 trabajos a la vez

A nivel laboral, la sociedad colaborativa resulta difícil de comprender. Los jóvenes, a quienes se ha formado y educado para ser profesionales en una empresa tradicional, sufren una sensación de desconcierto e incertidumbre. A nivel laboral no tienen referentes válidos en la generación anterior. Sus padres han desarrollado su carrera profesional en otro entorno completamente distinto al actual.

Como describe Thomas W. Malone del MIT: "Mi padre tuvo un trabajo toda su vida, yo tendré 7 trabajos y mis hijos tendrán 7 trabajos a la vez" (Malone, 2004). Yo me atrevo a decir 7 "fuentes de ingresos a la vez" y no tanto "trabajos". El paso de una sociedad industrial centrada en el trabajo de ocho horas al día, a una sociedad colaborativa, exige adecuar el contexto y las expectativas laborales y de generación de ingresos a este ciudadano creador.

Los jóvenes deberán generar sus rentas a base de ofrecer aquello que tienen y que saben (¡y les gusta!) hacer en diversos "trabajos". También se normalizará el hecho de cubrir necesidades (bienes y servicios) mediante mecanismos como el trueque o el intercambio.

GRÁFICO 11.4. PLATAFORMA DE AUTO-TRABAJO Y EMPRENDIMIENTO



Fuente: <http://www.peers.org/find-work/> (24/03/2015).

Para que la situación no derive en una mayor precarización del trabajo y en una pérdida de los derechos laborales adquiridos, ya hay quien defiende la necesidad de promover una renta básica, por lo que las rentas del trabajo serían un complemento (Jourdan, 2012). También se están creando redes de soporte para estos nuevos trabajadores, como por ejemplo Peers.org (Shareable, 2014).

Los jóvenes viven una época muy complicada y con muchas incertidumbres, pero a la vez son una generación muy afortunada porque todo está por crear. Van a ser ellos quienes lo van a crear a la medida de sus necesidades e incluyendo en las soluciones todos los beneficios de una economía digital, abierta y colaborativa (Léonard, 2014).

La política vista desde el renacimiento en red

En este contexto, ¿para qué necesitan a la política tradicional y los partidos políticos al uso estos jóvenes? Se saben empoderados y saben que no es necesario tomar el poder en un sentido tradicional para impulsar cambios sociales profundos, sólo es cuestión de organizarse a través de las redes y crear comunidades de personas afines. De nuevo lo hacen sin pedir ni permiso ni perdón.

Dentro de la lógica de organizarse a través de las redes y crear comunidades de personas afines, aparece la red internacional OuiShare, de la cual formo parte coordinando las actividades en los países de habla hispana. Los 4 cofundadores de OuiShare tienen menos de 30 años, se conocieron gracias a un *blog* y el uso de un *hashtag* Twitter. La red creada formalmente en 2012 y constituida por gente apasionada a la vez que crítica con la economía colaborativa, se ha convertido en muy poco tiempo en uno de los *think tanks* de referencia a nivel mundial acerca de la sociedad colaborativa. Sin tener, ni pretender, un formato de partido político tradicional, la actividad de OuiShare está tomando cada día mayor presencia en los ámbitos políticos de países como Francia y España.

A nivel de la política tradicional es muy interesante ver cómo las ideas que subyacen a la economía colaborativa atraen tanto a gente de izquierdas, ya que se empodera a los ciudadanos y se promueve una economía más horizontal y descentralizada, como a gente más de derechas, ya que se reduce el rol de las administraciones y se ensalza el poder del individuo emprendedor. Esto es una prueba de que la división de las esferas políticas en términos de izquierdas y derechas ya no encaja en la economía colaborativa, que necesita de algo más en términos de abierto-cerrado o empoderador-concentrador orientando a la generación de abundancia (Cañiguera, 2014).

Las innovaciones planteadas por la economía colaborativa generan tensiones evidentes con el sistema legal actual (Ferrer, 2014). Desde OuiShare mantenemos una posición independiente y crítica respecto a estos debates. Identificamos, estudiamos y hacemos propuestas en las áreas de tensión sugiriendo mejoras: simplificar el pago de impuestos para el ciudadano creador, necesidad de licencias vs. capacidad de autorregulación, toma de responsabilidad y seguros por parte de las plataformas, modelos más cooperativistas de propiedad de las plataformas que faciliten un mejor reparto del valor generado, garantizar las condiciones laborales de los productores, alertar del riesgo de concentración de poder en unas pocas plataformas, etc. (Ouki, 2014).

Destacar finalmente que la eclosión de la economía colaborativa se enmarca, en casi todos los casos, dentro de una actitud constructiva y propositiva. No es una revolución destructiva en un sentido tradicional. No hay enemigo, no se actúa contra nadie ni contra nada (Cutiérrez, 2014).

- Los Creative Commons y las licencias abiertas no se han creado contra el *copyright* ni las patentes que siguen existiendo para quien quiera usarlas.
- La Wikipedia no se creó para destruir la *Enciclopedia Británica*. Simplemente se demostró que una solución distribuida y co-creada es más eficiente que una centralizado y jerárquica.
- Tampoco BlaBlaCar se ha creado para eliminar los trenes o los autobuses, ni Airbnb para eliminar a los hoteles, ni el *crowdfunding* en contra de los bancos.

Siguiendo los consejos de Richard Buckminster Fullers: “No intentes cambiar un sistema, construye uno nuevo que haga que el anterior se vuelva obsoleto.”

En los últimos meses se ha abierto un interesante debate acerca de la profundidad de la transformación social que ejerce la economía colaborativa. “La sociedad necesita una nueva narrativa acerca del mundo y esta narrativa tiene que ser diferente de la que nos ofrece Uber” comenta Antonin Leónard (Schneider, 2014). Se discute acerca de: la propiedad de las plataformas por parte de los usuarios, el uso del *cryptoequity*, una gobernanza abierta y contribuciones líquidas, organizaciones autónomas descentralizadas basadas en *blockchain*, de la generación y gestión P2P del procomún, etc. (Schneider, 2014; Sharon, 2014).

En resumen, se van añadiendo opciones que no existían y que complementan la oferta actual en todos los frentes mediante innovaciones socio-económicas de base tecnológica. Propuestas colaborativas que describen un renacimiento en red. Como todo renacimiento dibuja un horizonte difuso, incompleto e inconcreto pero a la vez mucho más inspirador para los jóvenes que las propuestas sociales, económicas y políticas de antaño.

11.3. CONCLUSIONES

La economía colaborativa es una realidad que apunta al procomún colaborativo descrito por Rifkin. Actualmente está liderada por jóvenes adultos, en su mayoría bien educados y con amplia cultura digital. Aunque los *millennials* no llegarán a ser una generación “post-coche” y “post-posesión”, sí que están demostrando ser una generación “menos-coche” y “menos-posesión”.

Estos principios de estructuras horizontales y creación de comunidades se han hecho visibles sobre todo en el ámbito del consumo, pero los mismos principios también son presentes en los ámbitos de la producción de bienes, del conocimiento, de las finanzas, del trabajo y de la política. La economía colaborativa, en su forma actual usando antiguas formas de empresa centralizadas y de capital inversor externo, genera tensiones con algunos de los colectivos más avanzados que piden no perder la oportunidad de una mayor transformación.

Estos jóvenes saben construir y usar el “nuevo poder” para seguir empujando hacia la construcción de la sociedad colaborativa. Con el ciudadano creador en el centro y nuevas herramientas legales y empresariales.

Todo esto puede requerir de algunos ajustes difíciles para la economía y la sociedad en los próximos años.

BIBLIOGRAFÍA

- Accenture y Ametic (2014). *2014 Digital Consumer Survey España*.
http://www.ametic.es/download/documents/EstudioCompleto_DEFINITIVO.pdf
- Adams, D. (2005). *The Salmon of Doubt: Hitchhiking the Galaxy One Last Time*. New York: Del Rey.
- BlueMove (2013). *Los jóvenes madrileños prefieren Internet a tener coche*. <http://www.consumocolaborativo.com/2013/07/24/los-jovenes-madrilenos-prefieren-internet-a-tener-coche/>
- Botsman, R. y Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. London: HarperCollinsPublishers.
- Campbell-Mithun (2012). *National study quantifies reality of the 'sharing economy' movement*.
http://www.campbell-mithun.com/678_national-study-quantifies-reality-of-the-sharing-economy-movement
- Cañigual, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta.
- Creus, J. (2014). *Pentagrowth, las cinco palancas del crecimiento acelerado*.
<http://ideasforchange.com/wp-content/uploads/2014/05/Fastread6pager-1.pdf>
- EBE (2014). *Más allá de la economía colaborativa*.
<http://www.sliideshare.net/OuiShare/ms-all-de-la-economia-colaborativa-ebe14>
- El Diario (2014). *La educación en 2030*.
http://www.eldiario.es/sociedad/escuela-diferente_0_328617413.html
- Ferrer, M. (2014). *6 retos legales para la economía colaborativa*.
<http://ecolaborativa.com/2014/05/06/6-retos-legales-para-la-economia-colaborativa/>
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: why the future of business is sharing*. New York: Penguin Group.
- Glind, P.B. van de (2013). *The consumer potential of Collaborative Consumption: Motives of Dutch collaborative consumers*.
- Cutiérrez, B. (2014). *It Is Not a Revolution, It Is a New Networked Renaissance*.
<http://occupywallst.org/article/theory-thursday-it-not-revolution-it-new-networked/>
- Havas (2014). *The new consumer and the sharing economy*.
http://www.prosumer-report.com/blog/wp-content/uploads/downloads/2014/05/Prosumer_18_interactive_single.pdf
- Heimans, J. y Timms, H. (2014). "Understanding 'new power'". *Harvard Business Review*, Diciembre 2014: <http://hbr.org/2014/12/understanding-new-power>
- Ipsos Public Affairs (2013). *Ipsos poll conducted April 16 - 19, 2013 on what fuels the sharing economy*. <http://www.ipsosPublicAffairs-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=6116>
- Jourdan, S. (2012). *The collaborative economy is destroying jobs. What is next?*
<http://magazine.ouishare.net/2012/10/collaborative-economy-destroying-jobs-whats-next/>

- Khodyakov, D. (2007). "Trust as a process: A three-dimensional approach". *Sociology*, 1(4): 115-132.
- Léonard, A. (2014). *Valores y principios funcionan mejor que reglas y títulos*. <http://es.forumimpulsa.org/2014/forum-impulsa-2014/videos/299-antonin-leonard-valores-y-principios-funcionan-mejor-que-reglas-y-titulos/>
- Mallone, T. W. (2004). *The future of work*. Boston: Harvard Business School Press.
- Millennials Disruption Index (2014). <http://www.millennialdisruptionindex.com/>
- Newton, K. (2001). "Trust, social capital, civil society, and democracy". *International Political Science Review*, 2(22), 201-214. doi: 10.1177/0192512101222004
- Makkonen, J. (2013). *Is the collaborative economy only for the privileged?* <http://ouishare.net/2013/03/is-the-collaborative-economy-only-for-the-privileged/>
- Ouiki (2014). *About OuiShare - Our 10 values* (http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=About_OuiShare#Our_10_Values) y *OuiShare Public Policy and Advocacy* (http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=OuiShare_Public_Policy_and_Advocacy)
- OuiShare (2013). *Collaborative Consumption is still an elite movement. We need to break that*. <http://ouishare.net/2013/02/markus-barnikel-carpooling-mobility-collaborative-consumption/>
- OuiShare (2014). *About the collaborative economy*. http://www.ouishare.net/en/about/collaborative_economy
- Pavlik, E. (2013). *Renuncio al dinero*. <http://www.yorokobues/moneyless/>
- Pew Research Center (2010). *Millennials: a portrait of generation next*. www.pewresearch.org/millennial
- Pick F. (2012). *Building Trust in Peer-to-Peer Marketplaces: An Empirical Analysis of Trust Systems for the Sharing Economy*. Zeppelin University
- Respiro (2014). *El gasto de tener un coche*. http://elpais.com/elpais/2014/11/21/media/1416597831_091886.html
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Madrid: Paidós.
- Schneider, N. (2014). *Owning is the new sharing*. <http://www.shareable.net/blog/owning-is-the-new-sharing>
- Shareable (2014). *Interview to Shelby Clark*. <http://www.shareable.net/blog/the-new-peers-a-qa-with-shelby-clark>
- Sharon (2014). *Transactional Sharing, Transformational Sharing*. <http://www.shareadelaide.com/transactional-sharing-transformational-sharing>
- Sundararajan, A. (2014). *The Sharing Economy. The Diane Rehm Show*. <http://thedianerehmshow.org/shows/2014-07-02/sharing-economy>

Thomson D. y Weissmann, J. (2012). *The Cheapest Generation*. http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/09/the-cheapest-generation/309060/?single_page=true

TwoMuch (2014). *Relevancia de la economía colaborativa en la opinión pública española*. <http://www.slideshare.net/twomuchrs/economia-colaborativaopinionpublicaespa>

Uslaner, E. M. (2000). "Producing and consuming trust". *Political Science Quarterly*, 4(115): 569-590.

Windisch, E. y Medman, N. (2008). "Understanding the digital natives". *Ericsson Business Review*: 36-39.