

Índice

AGRADECIMIENTOS.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I. LA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	21
Introducción.....	21
Análisis crítico de la teoría del consumo colaborativo	25
Hacia una definición operativa.....	30
Discusiones en torno al problema de la definición	33
Lo realmente colaborativo.....	36
El proceso de transformación de las palabras	41
Conclusión: el lenguaje como recurso de poder	44
CAPÍTULO II. EL ESTUDIO DEL IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS.....	47
Introducción.....	47
El estudio del Triple Impacto del Consumo Colaborativo	47
Metodología del estudio de impacto	49
Impacto económico: la promesa de estimular la economía.....	53
La promesa de la sostenibilidad ambiental.....	58
La promesa de un nuevo modelo de sociedad.....	63
Conclusión.....	67
CAPÍTULO III. SOCIOLOGÍA DE LAS INSTITUCIONES DIGITALES	69
Introducción.....	69
La tradición de la sociología de las instituciones.....	70
Las instituciones comunicativas	74
El entramado institucional de la sociedad digital	77
El estudio de las instituciones digitales.....	83

Estrategia de análisis institucional	87
Conclusión	88
 CAPÍTULO IV. FORMAS DE SOCIABILIDAD EN LAS PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO: LA NETNOGRAFÍA ESTRUCTURAL	91
Introducción.....	91
La netnografía estructural.....	91
El protocolo netnográfico	93
Selección de la muestra.....	100
Presentación de las plataformas.....	101
Análisis y tipología resultante	106
Características de los tres grupos de plataformas.....	109
Conclusión	115
 CAPÍTULO V. ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LAS PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO ENTRE PARTICULARES.....	117
Introducción.....	117
Plataformas de mercado	118
Plataformas que generan relaciones no comerciales.....	133
Plataformas de financiación	156
Conclusión	161
 CAPÍTULO VI. CLASIFICACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO ...	163
Introducción.....	163
Análisis de los modelos económicos	164
Clasificación de las plataformas de intercambio.....	171
Otros escenarios para la economía <i>colaborativa</i>	175
 CAPÍTULO VII. LAS DOS TENDENCIAS DE LA ECONOMÍA DIGITAL	179
Introducción.....	179
Estudios de casos para cada tendencia	181
Conclusión	201
 CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES	205
La cultura del regalo.....	210
Mercados circulares alternativos.....	211
Sistemas de gestión de recursos de uso común.....	212
 EPÍLOGO. PERSPECTIVAS FRENTE A LA PANDEMIA	217
 BIBLIOGRAFÍA	221