

image not found or type unknown



La era del acceso

Jeremy Rifkin

Fecha de publicación:
17/09/2013

Una interesante reflexión sobre la nueva economía capitalista en los albores del nuevo siglo XXI.

Sello Editorial:
Ediciones Paidós

Imagínese que un día se despierta y se encuentra con que prácticamente todas las actividades que puede desarrollar fuera de su entorno familiar se han convertido en experiencias «de pago». Pues bien, según Jeremy Rifkin, este panorama desolador formaría parte de un cambio fundamental que se está produciendo en la naturaleza de los negocios: la irrupción de la «era del acceso», una época radicalmente distinta a todo lo que conocíamos hasta ahora.

Contacto de prensa

Nombre: Paloma Cordón

En la economía hipercapitalista, comprar cosas en los mercados y tener propiedades son algo obsoleto, pues lo que se impone como norma es el acceso «puntual» a casi toda clase de servicios a través de las inmensas redes comerciales que operan en el ciberespacio. Ha llegado un momento en que pagamos más por la experiencia de usar cosas –en forma de suscripciones, cuotas de ingreso y anticipos de pago– que por las cosas en sí mismas. En todas partes las empresas venden sus propiedades y reducen su inventario, arriendan sus equipamientos y subcontratan las actividades: es decir, se vuelven «ingrávidas». Y la posesión de bienes físicos, antaño considerada un activo valioso, es contemplada ahora, en el ámbito empresarial, como una desventaja.

Teléfono: 93 492 86 33

Email:
pcordon@planeta.es

A partir de todo esto, Rifkin afirma que la aventura capitalista, que comenzó con la mercantilización de bienes y la tenencia de propiedades, llega a su culminación con la mercantilización del tiempo y la experiencia humana. Y de ahí a un sistema sustentado en la venta de la propia experiencia cultural sólo hay un paso. Los viajes y el turismo global, las ciudades y los parques temáticos, la moda y la cocina, los juegos y los deportes, la música, el cine, la televisión e incluso las causas sociales están convirtiéndose rápidamente en el centro de una economía cuyo objetivo comercial básico son los recursos culturales. Y de ahí que Rifkin acabe advirtiéndonos que, cuando la economía absorbe a la cultura, sólo quedan los lazos económicos para mantener unida a la sociedad. La gran pregunta de nuestro tiempo, entonces, es si la civilización podrá sobrevivir cuando la esfera comercial quede como único árbitro de la vida humana.

image not found or type unknown



Jeremy Rifkin

Jeremy Rifkin (Denver, EE. UU., 1943) es uno de los divulgadores clave de nuestros tiempos. Es el creador de la teoría de la Tercera Revolución Industrial, basada en las Tecnologías de la Información, y analiza el impacto económico, ambiental, social y cultural de las nuevas tecnologías en la economía mundial.

Fundador y presidente de la Fundación para el estudio de Tendencias Económicas, se licenció en Economía en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania, donde actualmente es docente, y en Asuntos Internacionales en la Fletchen School of Law and Diplomacy de la Tufts University.

Ha ejercido de consejero a varios gobiernos durante sus presidencias de la Unión Europea: Francia, Alemania, Portugal y Eslovenia, entre otros. Asimismo, asesora regularmente al Parlamento Europeo en materias de medio ambiente, tecnología y seguridad energética.

Escribe columnas de opinión en los principales periódicos de varios países: *Los Angeles Times*, *The Guardian*, *Die Süddeutsche Zeitung*, *El Mundo* y *Clarín*, entre otros.

Ha participado en multitud de foros y conferencias en más de 200 universidades de 30 países diferentes en los últimos 30 años.