

## **Nuevas manifestaciones del relacionamiento laboral: E-Recruiting, reputación digital, trabajo 3.0 y relaciones laborales en la economía colaborativa**

Dra. Flavia Baladán<sup>1</sup>

Dra. Jimena Hernández Varela<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Baladán, Flavia, Doctora en Derecho y Ciencias Sociales, Asesor jurídico de Agestic, Miembro del Centro de Jurisprudencia de Derecho y Tecnologías y Aspirante a Profesor Adscripto del Centro de Derecho Informático de la UDELAR Montevideo, Uruguay

<sup>2</sup> Hernández Varela, Jimena, Doctora en Derecho y Ciencias Sociales, Asesor jurídico de Agestic, Miembro del Centro de Jurisprudencia de Derecho y Tecnologías y Aspirante a Profesor Adscripto del Centro de Derecho Informático de la UDELAR Montevideo, Uruguay

**Resumen:** La evolución de la Red ha introducido importantes cambios en la forma de relacionarnos. El mercado laboral, la búsqueda de empleo, la selección de recursos humanos, así como la reputación de los trabajadores resultan impactadas por esta realidad, que desafía a empresas y postulantes a incursionar y mantenerse actualizados en el uso de los medios que Internet pone a disposición. Afloran nuevas formas de buscar empleo a través de la web o las redes sociales, y de seleccionar el personal, como el denominado e-recruiting. Estos cambios se manifiestan también en la forma en que desenvolvemos el trabajo, evolucionando del teletrabajo, a nuevas modalidades como el llamado Trabajo 3.0, basado también en las Tecnologías de la Información y la prestación a distancia, pero incorporando la figura del trabajador freelance online, que es su propio jefe y decide cuándo y dónde trabajar, y que desarrolla su actividad a través de plataformas diseñadas a estos efectos. Asimismo, la llamada economía colaborativa ofrece nuevos horizontes y desafíos en las relaciones laborales. En definitiva, siendo el Derecho al Trabajo uno de los derechos más importantes para el desarrollo de las personas, es pertinente abordar el análisis de estas nuevas realidades.

### **1. Introducción**

La presencia de cada vez mas computadoras con acceso a Internet, el imparable crecimiento de las empresas que buscan un espacio en este medio y el incremento en las redes sociales han provocado que la web sea un instrumento de uso cotidiano.

La web 2.0 brinda servicios interactivos basados en internet que permiten a las personas colaborar y compartir información. Es posible compartir fotos, publicar un video, tener un blog, entre otros. Se afirma que la Web 2.0 contiene cuatro componentes esenciales: contenidos creados por los usuarios, redes sociales, aplicaciones en línea y herramientas de colaboración. Se caracteriza por fomentar la participación y generación de contenidos por parte de los usuarios facilitando así el

intercambio de información en la Red.

Las nuevas tecnologías han llegado para quedarse, y a su paso se van introduciendo en todos los aspectos de nuestras vidas. El mercado laboral y las relaciones laborales no resultan ajenas a ésta realidad.

Sin lugar a dudas, una de las principales manifestaciones del impacto de las tecnologías de la información en el ámbito laboral es el denominado teletrabajo o trabajo a distancia, que permite al trabajador cumplir las tareas fuera de la oficina valiéndose de los nuevos medios informáticos. En el año 1990 la OIT definió teletrabajo como *“un trabajo efectuado en un lugar donde, apartado de las oficinas centrales o de los talleres de producción, el trabajador no mantiene contacto personal alguno con sus colegas, pero está en condiciones de comunicarse con ellos por medio de las nuevas tecnologías”*. Desde el año 2005 esta misma organización lo hace de la siguiente manera *“Trabajo a distancia (incluido el trabajo a domicilio) efectuado con auxilio de medios de telecomunicación y/o de una computadora”*.

A pesar de su importancia, actualmente se imponen con gran fuerza nuevas formas de relacionamiento laboral, caracterizado por un trabajo desarrollado enteramente on-line, a través de plataformas diseñadas específicamente para ello, y contratando profesionales en régimen freelance. Se propicia en el denominado Trabajo 3.0.

La tecnologías no solo han impactado en cómo desarrollamos nuestro trabajo, sino también en las formas y medios a través de los cuales buscamos empleo, y en cómo se desarrollan los procesos de selección de personal, destacándose el rol y la influencia que en ello cumple la utilización de las redes sociales, destacándose la importancia de la denominada reputación digital.

## **2. Nuevas formas de buscar empleo y de seleccionar personal**

Las innovaciones tecnológicas han producido una revolución importante en el mercado laboral imponiendo nuevas reglas de búsqueda y selección de empleo. Tradicionalmente la búsqueda de empleo y la selección de personal se basaba en el contacto directo entre el postulante y el futuro empleador.

Hoy en día existen otras posibilidades para ambas partes de la futura relación laboral. Hasta hace unos años la búsqueda de empleo se basaba, en general, en la consulta de los periódicos o clasificados laborales. Pero las formas de contactar la oferta y demanda de empleo han ido cambiando con las Tecnologías de la Información. Primero fueron surgiendo los sitios de empleo online o jobsites en donde era posible ingresar tanto los requerimientos de los empleadores como los curriculums de los postulantes. También acompañaron este proceso las redes sociales basadas en los aspectos profesionales o laborales de las personas, como redes globales de profesionales que permiten introducir y mantener actualizada nuestra información académica y profesional.

Pero las tecnologías siguen avanzando y nos llevan a nuevas experiencias en materia de búsqueda de empleo a través de plataformas que permiten a los postulantes, no solo exhibir sus curriculums sino interactuar con otros postulantes o profesionales en su área de interés y con quienes ofrecen empleo, formando

verdaderas comunidades de usuarios. A ello se suma la disponibilidad de aplicaciones que nos permiten acceder en forma instantánea a ofertas laborales a través de nuestros teléfonos inteligentes.

De acuerdo a lo indicado, consideramos que resulta interesante analizar estos nuevos fenómenos desde el punto de vista de los sujetos involucrados en la futura relación laboral, cómo dos caras de una misma moneda, exponiendo los aspectos fundamentales de cada uno de ellos.

Desde la perspectiva de los postulantes, ha cambiado la forma en que se busca empleo, ya sea a través del ingreso del curriculum en los jobsites, en vez de concurrir a la empresa solicitante, o a través de las redes sociales, las cuáles merecen un capítulo aparte en este análisis.

Si bien el curriculum vitae, conocido como CV, sigue siendo la principal herramienta para quienes buscan empleo, surgen formas innovadoras de lograr mayor visualización de las aptitudes laborales, por ejemplo a través de los llamados curriculums por infografía que permiten, por ejemplo, tomar y asociar los datos de la Red LinkedIn, hoy en día son varias herramientas de este tipo que se encuentran disponibles en la web<sup>2</sup>. Incluso podemos encontrar numerosos consejos sobre cómo presentar el perfil de las redes de manera que sea más atractivo para los reclutadores. Estos van desde la imagen de portada, hasta la forma de escribir y adjetivar sobre nuestras aptitudes.

Otro instrumento del cual los postulantes pueden valerse es de su smartphone o teléfono inteligente. Se han desarrollado aplicaciones que nos permite recibir ofertas de empleo en nuestro dispositivo. Con esta herramienta, el interesado puede detectar en segundos, desde su teléfono o tablet, la oferta laboral en el área geográfica de su interés y compartir los resultados en su muro de Facebook o Twitter. Incluso puede crear una tarjeta de presentación con el cargo que le gustaría tener, para compartirla con sus contactos en esas redes sociales.

Es interesante analizar, el concepto de los llamados "*postulantes pasivos*", cómo un verdadero cambio de paradigma en la selección de personal. Pedro Rojas<sup>3</sup> lo identifica como aquel profesional que posee el perfil profesional, la experiencia, el conocimiento y el talento para el puesto, pero no se encuentra buscando empleo. Es a través de las redes sociales que puede llegar a contactarse a estos profesionales, sobre todo a través de redes de contactos. Ello implica un gran cambio en la forma en que tradicionalmente se ofrece el empleo y en que trabajan los seleccionadores de personal de las empresas.

A continuación corresponde analizar, la influencia de las tecnologías e Internet desde la perspectiva de las empresas que ofrecen un puesto laboral y buscan el postulante más apto para ocuparlo.

La selección de personal es uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo de una empresa. Según Barber (1998, pp. 566), el reclutamiento de candidatos implica "*todas las actividades y prácticas llevadas a cabo por la organización, con el objetivo principal de identificar y atraer a empleados potenciales*"<sup>4</sup>. Se indica también que esta actividad es determinante en una empresa en la medida de que precede y condiciona la selección de personal y supone el primer contacto entre la empresa y los futuros trabajadores.

Respecto a la etapa de selección de personal, Internet ofrece nuevos conceptos como el de "*teleselección*" o el "*e-recruiting*" para hacer referencia a la selección y contratación de personal a través de Internet. Los postulantes y las empresas encuentran en Internet un ámbito de comunicación e intermediación laboral.

De acuerdo con lo indicado por Reina las técnicas que el e-recruiting ofrece a las empresas resultan más ventajosas que las fuentes o medios tradicionales de selección de personal. Analiza las ventajas desde tres puntos de vista. En primer lugar desde las características del medio o canal de comunicación, destacando en este aspecto la mayor cobertura o alcance, no hay fronteras físicas por lo tanto opera en el ámbito internacional y la mayor cantidad de información disponible para los candidatos sobre la empresa (por ejemplo a través de su sitio web). Asimismo se destaca a posibilidad de acceder los 7 días de la semana, las 24 horas, los 365 días del año. La comunicación entre el postulante y el seleccionador se produce de manera instantánea.

En segundo lugar, analiza el método o técnica de selección. Se destaca en este punto los beneficios relativos al ahorro de tiempo y la economía en los costos de reclutamiento. Asimismo, enfatiza la posibilidad, a través del curriculum ingresado por el postulante, de procesar los datos, seleccionar los mejores candidatos e incluso cruzar perfiles.

Por último analiza el fenómeno desde el punto de vista del mercado de trabajo. Aquí se resaltan elementos de gran trascendencia cómo la igualdad en el campo de juego para las empresas, sin importar el porte de la empresa seleccionadora, la que podrá acceder a los mejores candidatos para el puesto ofrecido. Asimismo, destaca su importancia respecto a la publicidad de la empresa y a la posibilidad de evaluar en términos generales, la situación respecto a la oferta y demanda de empleo en las diversas áreas.

En palabras del autor, las técnicas de reclutamiento online pueden agruparse en tres categorías: las webs corporativas, a través del contacto o ingreso del curriculum del postulante, los sitios o portales de empleo, que funciona como intermediarios laborales, y por último los chats, foros de empleo, grupos de noticias y los robots para realizar búsquedas sencillas.

Algunos autores como Rojas, asocian a estas nuevas formas de reclutamiento, el surgimiento de nuevos profesionales en materia de recursos humanos, utilizando el término "*reclutador 2.0*", para referirse al profesional adaptado al entorno virtual y capaz de identificar el talento en entornos globalizados.

### **3. Rol de las redes sociales en la búsqueda y selección de empleo**

Como mencionamos anteriormente, merece un capítulo especial, el análisis de las redes sociales en la búsqueda de empleo y en la selección de postulantes. Ello bajo la premisa de que las redes son utilizadas tanto por los postulantes cómo por las empresas.

Las redes sociales constituyen una de las máximas expresiones de la denominada Web 2.0. y se han convertido actualmente en una de las principales formas de interacción social que permiten el intercambio entre personas, grupos o

instituciones, unidas por uno o varios tipos de relaciones de diversa índole.

Galindo define a la red social como *"el espacio de interacción en tiempo real de una persona con su entorno virtual, formado a su vez por otras personas que interactúan entre ellos y con terceros a través del mismo medio, compartiendo contenidos. Se trata pues de un sistema virtual abierto y en permanente evolución que aglutina a individuos con características comunes que se relacionan entre sí. Actúa, por tanto, como un instrumento de socialización y de esparcimiento"*<sup>5</sup>. Explica, con gran utilidad, que las redes sociales se basan en la Teoría de los 6 grados de separación de Stanley Milgram que afirma que cualquier individuo podría estar conectado con cualquier otra persona del mundo a través de, máximo, seis contactos.

Existen varias clasificaciones de redes sociales, en general distinguen las redes horizontales de las verticales, distinguiéndose las primeras por estar dirigidas a todo tipo de usuarios (Facebook, Twitter, Google+, entre otras), las segundas buscan congrega a los usuarios en torno a una temática determinada. En estas últimas podemos encontrar las redes verticales de profesionales como puede ser LinkedIn, las de ocio, que nos nuclean a través de nuestros gustos o preferencias. También se habla de redes verticales mixtas que ofrecen a usuarios y empresas un entorno para desarrollar actividades tanto personales como profesionales.

La utilización de las redes sociales con fines profesionales es un tema que presenta varias aristas en virtud de que puede producirse una interacción entre los aspectos personales y profesionales de los postulantes. Sobre todo teniendo en cuenta que hoy en día las redes no funcionan en forma independiente sino que se interrelacionan e integran sus servicios.

Desde el punto de vista profesional, Arroyo<sup>6</sup> destaca el rol de las redes sociales como plataformas que nos permiten crear y mantener contactos profesionales, así como intercambiar información, publicar opiniones y documentos y crear grupos de interés. Destaca la posibilidad que ofrecen las redes de crearnos una identidad como profesionales y darnos a conocer en el mercado laboral.

Sin duda las redes constituyen un elemento de consulta para la búsqueda de profesionales por parte de las empresas, lo cual se relaciona a un aspecto fundamental para los postulantes que es la llamada *"reputación digital"*, que será objeto de análisis en este trabajo.

A propósito de la utilización de las redes sociales, surgen aspectos normativos que no podemos dejar de mencionar brevemente. Por un lado, las particularidades que presenta el contrato de uso de una red social, dada su naturaleza de contrato de adhesión, que presenta cláusulas contractuales que han sido determinadas en forma previa y que no son objeto de negociación. El consentimiento del usuario se limita a aceptar o no las condiciones pre establecidas.

Asimismo debemos mencionar, las implicancias que presenta para el derecho al honor, la imagen, la intimidad y la privacidad de los usuarios, los cuales aparecen más vulnerables producto de la masividad e internacionalidad que presentan estas redes, sumado a las dificultades prácticas por ejemplo para la baja de contenidos.

Por otra parte, las redes sociales son un ámbito fértil para la comisión de ilícitos informáticos por ejemplo la suplantación de identidad, la difamación o injuria, el acoso, el sexting, u otros delitos como la estafa o fraude informático o los denominados daños informáticos, entre otros.

En el caso de las empresas, también podemos afirmar que se aprecia una mayor preocupación por la presencia de en las redes sociales y la imagen institucional que se proyecta a través de éstas. Una manifestación de ello radica en la necesidad de la contratación de los llamados analistas de redes sociales o “*community manager*”. Son quienes se encargan de crear y gestionar el perfil de la empresa, mantener los contactos en la red social creando una comunidad, promover contenido o productos de la empresa, responder preguntas y comentarios, entre otros.

Son de gran interés los datos relevados entre empresas españolas y presentados en el Informe sobre usos de Redes Sociales en las empresas, del 2014, realizado por la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital)<sup>7</sup>. De allí surge que el 85% de las empresas usa las redes sociales con fines de negocios, entre ellos captar talentos. Las más utilizadas son Facebook, Twitter y LinkedIn.

En América Latina el 65% de las empresas se encuentran al menos en una red social según la segunda “*Auditoria Digital en Redes Sociales en Latinoamérica*”, realizada por Burson-Marsteller, y que estudia el uso de las redes sociales por parte de las 225 principales empresas de América Latina<sup>8</sup>.

#### **4. La importancia de la reputación digital en el ámbito laboral**

Como se hizo referencia en este artículo la reputación digital juega un rol preponderante en las nuevas relaciones laborales que han instaurado las Tecnologías de la Información. Es por ello que se considera de gran interés identificar qué es la reputación, cómo se entiende ésta en el entorno tecnológico, y qué normativa resulta de aplicación.

Es sabido que la reputación en su sentido general constituye un elemento esencial en el ámbito laboral, tanto sea para comenzar a desempeñar un trabajo como para poder ascender en la propia carrera laboral.

Según la Real Academia Española la reputación es la opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo. A mayor abundamiento, cabe tener presente lo que expresa Aníbal de Jesús Muñoz Areque quien dice que “*En sentido objetivo el honor es la reputación, buen nombre o fama de que goza, ante los demás, una determinada persona. Constituye una evaluación social de la persona medible por sus cualidades en el trabajo, la familia, la vida cotidiana y su participación en la vida política económica y cultural. Es el hombre quien origina la opinión que de él se tenga, pero tal evaluación proviene de fuera, es decir, de otros individuos y colectivos*”<sup>9</sup>.

Se puede entender entonces que la reputación forma parte del honor, y a su vez éste forma parte de la identidad de la persona. De ello surge la importancia de determinar si existe un marco normativo que proteja la identidad de la persona. Éste se encuentra dado por la protección de los derechos a la vida, a la intimidad, al honor, a la propia imagen, a la protección de sus datos personales, a la

inviolabilidad de su domicilio y al secreto de sus comunicaciones. De todos estos derechos cabe hacer especial hincapié en la regulación del derecho al honor ya que constituye el elemento esencial de la reputación<sup>10</sup>.

En términos jurídicos el derecho al honor se encuentra regulado a nivel internacional en la Declaración Universal de Derechos Humanos, de diciembre de 1948, cuyo artículo 12 lo reconoce como un derecho humano indicándose que nadie será objeto de injerencias arbitrarias.

A nivel americano cabe citar las palabras de Héctor Faúndez Ledesma quien expresa que *“tanto el Pacto (de San José de Costa Rica) como la Convención Americana reconoce un proceso diferente, garantizando que nadie puede ser objeto de ataques ilegales a su honra o reputación, y que toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esos ataques. Por consiguiente, hay que concluir que se trata de un derecho bastante relativo, que no protege al individuo de cualquier ataque dirigido en contra de su honor o reputación, sino solamente de aquellos ataques que puedan ser calificados como “ilegales”<sup>11</sup>”*.

En Uruguay, la Constitución de la República reconoce el derecho al honor en el artículo 7º en el sentido de que *“Los habitantes de la República tienen derecho a ser protegidos en el goce de su vida, honor, libertad, seguridad, trabajo y propiedad. Nadie puede ser privado de estos derechos sino conforme a las leyes que se establecen por razones de interés general”<sup>11</sup>”*.

Además de ello, diversos instrumentos jurídicos nacionales recogen los otros elementos considerados necesarios para conformar la identidad de una persona, y dentro de ella el honor, como ser la inviolabilidad del domicilio, el derecho a la imagen, a la protección de sus datos personales y el secreto de las comunicaciones. No se pretende ahondar en estos derechos porque dicha intención excedería el objeto del presente trabajo.

Sí es importante saber que aquellas conductas que se dirigen a menoscabar estos derechos son considerados en general delitos por la normativa actual, en la generalidad de los casos a través de la tipificación de los delitos de difamación e injurias (arts. 333 y 334 de nuestro Código Penal).

En el caso de la reputación digital la interpretación del honor viene dado por el entorno tecnológico. Como se expresó anteriormente, para estar ante un ataque al honor es necesario el desmerecimiento en la consideración ajena, el cual en este caso puede darse mediante declaraciones difamatorias o injuriosas en diversos medios digitales, ya sean redes sociales como Twitter, Facebook e incluso WhatsApp, así como a través de páginas web o blogs.

Será el juez el que deberá analizar el caso concreto y determinar si se dan todos los elementos necesarios para considerar que el delito efectivamente se considera configurado. Seguramente, como sucede con este tipo de delitos, la mayor dificultad radique en determinar si el público al cual llegó fue suficiente como para considerar configurada la causal.

También es de interés considerar que el Tribunal Europeo ha entendido que las empresas y organismos también tienen derecho al honor en su aspecto objetivo, entendido éste como la reputación. La reputación de las empresas hace a

su prestigio y éste es menoscabable a través de declaraciones que falten a la verdad. Aquí nos encontramos ante un dilema, ya que en general los delitos están previstos que sean cometidos por personas físicas hacia otras personas físicas. Sin embargo, en este caso se trata de un atentado contra la reputación de una persona jurídica, hecho generalmente no contemplado en nuestros códigos penales.

A ello se debe agregar que en Uruguay, conforme con la normativa en vigor, las personas jurídicas tienen el derecho a la protección de datos personales. Por lo tanto tienen derecho al olvido, esto es, el derecho a oponerse al tratamiento de los datos personales por parte de los buscadores, proveedores de contenidos, o medios de comunicación. Dentro de ello se incluye el derecho a que sus datos sean modificados, actualizados o suprimidos según corresponda (artículo 15 de la Ley N° 18.331 de 11 de agosto de 2008).

Todos estos derechos son plenamente aplicables a la reputación digital, en el sentido de que ésta viene a ser el derecho a la honra que tanto las personas físicas como jurídicas tienen no sólo en el ámbito físico sino también en el tecnológico.

Una conclusión primaria entonces es que el hecho de que se realicen conductas en el ámbito electrónico no implica dejar de aplicar la normativa citada en este apartado.

Especial consideración merece el tema de la jurisdicción en Internet donde dependiendo del lugar donde se cometa una conducta contra la reputación de una persona serán competentes o no los juzgados de ese país. Este tema ha sido objeto de larga controversia en el derecho informático ya que puede dar lugar a vulneraciones al no quedar la persona lo suficientemente protegida. Discusión que hasta el día de hoy se mantiene sin solución efectiva, debiendo estarse al caso concreto y a la normativa de los países involucrados.

## 5. La evolución del teletrabajo al trabajo 3.0

Se entiende que el trabajo 3.0 constituye una evolución del teletrabajo, siendo ambas modalidades de trabajo a distancia. Estas dos formas realizan su trabajo a distancia utilizando las tecnologías de la información y comunicación.

En general, en caso de teletrabajo la persona se encuentra sometida a una relación laboral, teniendo un jefe que le indica y aprueba el trabajo a realizar. O sea que en el caso del teletrabajo, o trabajo a distancia, se *“permite trabajar en un lugar diferente a la oficina. La utilización de los nuevos medios informáticos permite mejor comunicaciones de forma remota, lo que propicia trabajar de forma no presencial”*<sup>12</sup>.

En el caso del trabajador 3.0 se asimila más al trabajador freelance, en el sentido de que realiza el trabajo bajo sus propias condiciones sin tener un empleador al cuál responder.

Es de interés destacar que la empresa Nubelo realizó una encuesta a trabajadores de habla hispana que realizan tareas que pueden clasificarse de 3.0 siendo algunos de sus resultados muy interesantes de subrayar, como ser que los países con más desarrollo de este tipo de trabajo son México, seguido por España, y Colombia en tercer lugar. También merece especial consideración que la mayoría



de los trabajadores son personas jóvenes, siendo solo un 15% mayor de 45 años, y más de un 60% posee estudios universitarios, siendo bastante pareja también la distribución entre hombres y mujeres. A ello se debe agregar que tienen una estabilidad laboral de más de dos años en cada iniciativa.

En cuanto a los destinatarios del trabajo 3.0, según la investigación de Nubelo, en su mayoría se trata de pequeñas empresas y emprendedores. En este sentido también es de interés resaltar que en general se considera valioso esta forma de trabajo por ser una contratación más simple y puntal, para la necesidad específica, existiendo un ahorro de dinero, más alcance geográfico y más acceso a trabajo especializado<sup>14</sup>.

Según algunos autores hay un importante vínculo entre esta nueva modalidad de trabajo y la generación de personas que se encuentran incluidas en ellas, existiendo estrategias de management y recursos humanos pensada desde la flexibilidad y cuidado de las virtudes del trabajador, y perdiéndose la necesidad de acudir a una oficina, formar parte de una empresa de renombre y perdurar en ésta.

Es decir que *“Las plataformas de trabajo 3.0 llegaron para quedarse, son un futuro presente: el trabajador 3.0 constituye una fuerza de gran movilidad y dinámica para satisfacer los desafíos de un entorno más complejo”*.<sup>15</sup>

## **6. Relaciones de trabajo en el marco de la economía colaborativa**

En los últimos tiempos todos hemos asistido a la existencia de nuevos modelos de negocio, que integran la denominada economía colaborativa o consumo colaborativo, y se manifiesta a través de la prestación de servicios que buscan brindarnos mayor comodidad o facilidad en nuestra vida.

Estos modelos, en general, permiten mejorar y simplificar los procesos y cubrir necesidades comunes tales como el transporte o el alojamiento, brindando diversos servicios. Así han aparecido muchas formas de realizar intercambios de bienes y servicios fuera de las transacciones tradicionales a través de Internet. Algunas a través de intermediarios, y otras directamente entre las personas.

Algunos ejemplos de ello son las grandes empresas intermediarias como Uber, Bla Bla Car, Airbnb, Wallapop, que tienen por objetivo conectar la oferta con la demanda a través de la web.

Estas nuevas manifestaciones de la economía también tienen incidencia en las relaciones laborales, dado que la mayoría de estas empresas conectan al cliente con el prestador del servicio, desarrollando la actividad, en general a través de trabajadores independientes. Lo esencial en este modelo es la existencia de bienes o servicios que se comparten. Con estas características, estas relaciones escapan al ámbito del Derecho Laboral.

Es interesante en este punto introducir el concepto del llamado Crowdswork o Crowdsourcing, que puede traducirse como colaboración abierta distribuida, y refiere al fenómeno de tomar un servicio que tradicionalmente es prestado por un trabajador y descentralizarlo hacia un gran número de personas en forma de llamamiento o convocatoria. El modelo se basa en tres elementos: un

solicitante del servicio, los trabajadores que lo prestan y las plataformas que se encargan de conectar la oferta y demanda de servicios y reciben un porcentaje de la prestación de servicios.

Esta nueva modalidad admite ser prestada en dos variantes.

Por un lado, el llamado Crowdwork Online que se basa en la existencia de una plataforma electrónica que conecta a los trabajadores y distribuye las tareas entre los individuos. El trabajo se presta de forma virtual sin necesidad de trabajo físico, generalmente mediante una contraprestación a destajo, o pago por tarea realizada. Un ejemplo de ello es la plataforma Amazon Mechanical Turk que tiene por objetivo obtener mano de obra virtual, se ofrece una tarea y una retribución por ella.

La segunda modalidad es el llamado Crowdwork Offline, que requiere también de una plataforma virtual para contactar a los clientes y los trabajadores, pero implica la prestación de un servicio físico y en un lugar preciso.<sup>16</sup>

Como podemos apreciar, en estos modelos, desde el punto de vista del Derecho Laboral, hay una aparente inexistencia de relaciones subordinadas de trabajo, en virtud de la independencia en la prestación de servicios.

Pero, ello no implica que desde el punto de vista jurídico-laboral podamos plantearnos cuestiones tales como el posible surgimiento de derechos y obligaciones laborales entre los usuarios, o entre los usuarios y la empresa intermediaria, o si se podría entender que realmente lo que existe es una relación laboral encubierta. Ello sin dudas puede implicar la desprotección del trabajador y la existencia de riesgos en cuanto a la protección de sus derechos.

Cabe cuestionarse en este punto, cuál debe ser el enfoque desde el punto de vista del Derecho Laboral, ello en virtud de que no hablamos de relaciones de trabajo en el sentido tradicional que son reguladas por esta rama del Derecho. A este respecto, Gustavo Gauthier<sup>17</sup> indica que el desafío del Derecho Laboral no pasa por forzar la aplicación de sus normas y categorías a realidades que difieren a las que originaron su surgimiento, el desafío pasa por plantearse una nueva regulación que contemple estas nuevas realidades.

Asimismo, el autor reflexiona sobre las consecuencias de no tratar el fenómeno desde el punto de vista del Derecho Laboral, indicando que *"No abordar en profundidad y rápidamente el verdadero problema que supone el nuevo modelo de negocio para las personas que prestan en última instancia los servicios, entraña el riesgo de que vaya permeando cada vez más la idea de que las relaciones jurídicas que se traben entre los proveedores de servicios y las nuevas plataformas, sean en definitiva las que éstas proponen, esto es, como meros conciertos o arrendamientos de servicios con contratistas o proveedores independientes, ante la ausencia o falta de claridad de una legislación o un marco normativo de referencia aplicable. Demás está decir que aceptar esta situación, sería volver al siglo XIX en materia de regulación del trabajo humano"*.

## 7. Reflexiones finales

Como es habitual, cuando hablamos de la influencia de las innovaciones

tecnológicas en la vida de las personas, surge en forma casi espontánea para los juristas el cuestionamiento sobre cuál debería ser el rol del Derecho en las situaciones jurídicas que pueden generarse a su propósito.

En general ésta evaluación gira en torno a si existe una necesidad de crear nuevas normas o si resultan aplicables normas ya existentes sobre las que puede operar una equivalencia entre el mundo real y el virtual.

El problema es que, en general, las normas evolucionan a un ritmo diferente a las tecnologías. La incertidumbre jurídica se genera cuando debemos resolver situaciones concretas en las que el ejercicio de derechos fundamentales tales como el honor, la dignidad, o el trabajo entran en juego.

Entendemos que el norte, más allá de la existencia o no de normas específicas, está marcado por los principios generales tanto en materia de Derecho Laboral como de Derecho Informático que sirven como instrumento para garantizar el resguardo y ejercicio de los derechos mencionados.

## Referencias

1. CODINA, Lluís. ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica?: El impacto en los sistemas de información en la web. Disponible en: [http://www.academia.edu/197109/ Web 2.0 Web 3.0 o Web Sem%C3%A1ntica El impacto en los sistemas de informaci%C3%B3n de la Web](http://www.academia.edu/197109/Web_2.0_Web_3.0_o_Web_Sem%C3%A1ntica_El_impacto_en_los_sistemas_de_informaci%C3%B3n_de_la_Web) página visitada el 25 de abril de 2015
2. Herramientas disponibles en:

- <http://www.hacercurriculum.net/herramientas-infografias.html> página visitada el 25 de abril de 2015
3. ROJAS, Pedro. "Reclutamiento y selección 2.0. La nueva forma de encontrar talento. Editorial UOC, 2010.
  4. ANDRÉS REINA, M<sup>a</sup> Paz. "Nuevos procedimientos en el proceso empresarial de provisión de candidatos: el reclutamiento on line". Pag. 90. Cuadernos de CC.EE. y EE., N° 47, 2004. Disponible en: <http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf585.pdf> página visitada el 25 de abril de 2015.
  5. ANDRÉS REINA, M<sup>a</sup> Paz. "Nuevos procedimientos en el proceso empresarial de provisión de candidatos: el reclutamiento on line". Disponible en: <http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf585.pdf> página visitada el 25 de abril de 2015.
  6. GALINDO, Juan Carlos. "La estrategia de selección de recursos humanos y las nuevas tecnologías". Universidad de Valladolid. 2013. Disponible en: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3079/1/TFG-B.141.pdf> página visitada el 25 de abril de 2015.
  7. ARROYO, Natalia. "El uso profesional de las redes sociales". Anuario ThinkEPI 2009. Disponible en: <http://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/32011/17008> página visitada el 25 de abril de 2015.
  8. Material disponible en: <https://www.adigital.org/emailing/2014/rsss/informe.pdf>. página visitada el 25 de abril de 2015.
  9. Material disponible en: <http://www.apertura.com/negocios/El-65-por-ciento-de-las-empresas-de-America-latina-se-encuentra-en-al-menos-una-red-social-20130117-0006.html>. página visitada el 25 de abril de 2015.
  10. El derecho a la buena reputación <https://sites.google.com/site/estudiantescua/--el-derecho-a-la-buena-reputacion-anibal-de-jesus-munoz-araque> página visitada el 12 de abril de 2015.
  11. LLANEZA, Paloma, Reputación vs Transparencia Consideraciones Legales.
  12. La libertad de expresión y la protección del honor y la reputación de las personas en una sociedad democrática. Héctor Faúndez Ledesma <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2454/37.pdf> página visitada el 13 de abril de 2015.
  13. Material disponible en <http://www.latribuna.hn/2015/03/05/el-teletrabajo-y-trabajo-3/> página visitada el 15 de abril de 2015
  14. Material disponible en [http://www.nubelo.com/informe-trabajo-tres-punto-cero?utm\\_source=Content&utm\\_medium=inboundmkt&utm\\_campaign=d](http://www.nubelo.com/informe-trabajo-tres-punto-cero?utm_source=Content&utm_medium=inboundmkt&utm_campaign=d)

escargainforme página visitada el 28 de abril de 2015.

15. Material disponible en <http://www.lavoz.com.ar/suplementos/negocios/freelance-yo-no-soy-trabajador-30> página visitada el 28 de abril de 2015.
16. TODOLSI, Adrián, El contrato de trabajo en el S.XXI: La economía colaborativa, On-demand economy, Crowdsourcing, uber economy y otras formas de descentralización productiva que atomizan el mercado de trabajo.
17. GAUTHIER, Gustavo y Otros, Disrupción, Economía Compartida y Derecho. Fundación de Cultura Universitaria, 2016.