

PLATAFORMAS DIGITALES Y ESPACIO URBANO.

EL CASO AIRBNB

SARAH GAINSFORTH

“La industria del turismo es, según el World Travel & Tourism Council, una de las industrias más grandes del mundo con una contribución económica global, en 2018, de más de 8.8 trillones de dólares. La aparición de plataformas digitales y de OTA (Online Travel Agencies, como Expedia, Booking, Travelocity y muchas otras) ha contribuido al crecimiento del sector en parte revolucionándolo.”

DE hecho, las plataformas digitales han ampliado el mercado con la entrada de actores no profesionales en el sector de la hostelería proponiendo una oferta de viajes y alojamiento asequible y de fácil acceso. Las compañías que operan en este ámbito incluyen HomeAway, HosueTrip, FlipKey, pero la plataforma digital más exitosa en la industria turística es Airbnb.

Orígenes

Surgida en el contexto de la llamada sharing economy, Airbnb es una plataforma digital que intermedia la demanda y la oferta de hospitalidad privada. Activa en casi 100 mil ciudades de 191 países del mundo, en 2019, tenía unos 6 millones de anuncios de alojamientos alquilados a turistas y residentes temporales. La plataforma nació en 2008 en San Francisco y se extendió rápidamente fuera de los Estados Unidos a partir de 2012.

Pese a lo que la narrativa corriente nos ha acostumbrado a creer, Airbnb no es el fruto de tres jóvenes creativos que no pudieron pagar el alquiler. Si este fue el punto de partida, en realidad, fue solo gracias a una inyección sustancial de capital de riesgo como la pequeña empresa se convirtió en el imperio que es hoy en día. La idea inicial de los tres amigos era alquilar colchones hinchables a personas de paso en la ciudad que buscaban un sitio para dormir, pero, de hecho, el lanzamiento de la plataforma digital empezó durante el período de capacitación en la escuela más importante de Silicon Valley. Fue allí donde la idea inicial fue revisada y modelada para ser vendible, dejando atrás algunas de sus reglas iniciales: que los invitados debían dormir en colchones de aire y que el anfitrión debía estar presente. Para lanzar la página web, los fundadores viajaron regularmente a Nueva York para reclutar a los anfitriones, llamando a las puertas de los potenciales interesados para persuadirlos a hospedar

a través de Airbnb. Por lo tanto, Airbnb ha abierto un nuevo mercado creando la oferta y activando los efectos de la Red para hacer crecer la empresa. Finalmente, el proyecto fue financiado con 585 000 dólares por Sequoia Capital, pionero del *venture capital* en Silicon Valley, y la astronave despegó.

Novedad

Una de las principales razones del éxito de Airbnb es su lugar de nacimiento. Silicon Valley es un ecosistema innovador fundado sobre todo con fondos públicos que han financiado algunas de las principales innovaciones del siglo pasado, como la Red, financiada con cientos de miles de millones de dólares por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Por lo tanto, la innovación tecnológica detrás del éxito de Airbnb tiene una base mucho más amplia y colectiva que la retórica del mérito, del auto-emprendimiento y de la creatividad individual.

La novedad que representa Airbnb es su plataforma digital. Su página web permite a los turistas que buscan alojamiento y a los *host* (anfitriones) que tienen una propiedad para alquilar por cortas estancias interactuar fácilmente. Cuando Airbnb se creó ya existían sitios web como Couchsurfing para la hospitalidad gratuita, así

como sitios donde publicar anuncios para alquilar pisos turísticos y segundas residencias que, sin embargo, no administraban el pago. En segundo lugar, a diferencia de otras plataformas de alquiler turístico, Airbnb apuntó a ciudades y casas habitadas contribuyendo al crecimiento del turismo urbano.

La filosofía de Airbnb se ha ido estructurando en torno al concepto de compartir en el marco de expansión de la *sharing economy*, una economía basada en un modelo que favorece el acceso a la propiedad de bienes y servicios. Una de las principales innovaciones de la *sharing economy* son los sistemas de rating, saludados al principio como una herramienta para generar confianza entre usuarios. En el desarrollo de la última década del modelo de plataforma (con una fuerte interdependencia entre oferta y demanda) la retórica de la micro-empresiduría y del poder democrático y redistributivo de la red redefine a los usuarios como “empresarios libres de sí mismos». Sobre esta retórica, Airbnb ha construido su imagen como una comunidad inclusiva basada en la confianza. Pero es precisamente en el anonimato, a su vez a base de la creación de sistemas de evaluación online, donde se asienta el éxito de las plataformas digitales. Estas proporcionan soluciones a los problemas prácticos



Manifestación 100 case per abitare-Napoli 16.11.2019. Foto: Alessandra Caputi

de la vida urbana, de la cual el anonimato es un rasgo distintivo, no a los problemas de confianza entre los humanos. Los sistemas de rating de usuarios crean la confianza necesaria para que la transacción económica sea posible: la amistad tiene muy poco que ver con eso. La novedad de Airbnb es, de hecho, la gestión del pago a través de la plataforma, con la deducción de un porcentaje por cada transacción realizada. Por lo tanto, se trata sustancialmente de una transacción económica definida como "compartir". Las nuevas posibilidades de interacción que ofrecen las plataformas digitales han ampliado el mercado de productos sujetos a transacciones económicas hasta la mercantilización de la casa, del tiempo y de las experiencias.

Impacto

La proliferación de Airbnb se produjo en un contexto de recesión económica, precarización laboral, contracción salarial, aumento del costo de vida y financiarización inmobiliaria a escala global. Los efectos de la producción del espacio para usuarios progresivamente más ricos -es decir, la gentrificación- una estrategia de crecimiento económico urbano global, produce efectos dramáticos en los lugares donde aterrizan las plataformas: las ciudades. Airbnb no es el único actor responsable de la progresiva turistificación de las ciudades, pero ha desempeñado un papel de liderazgo en hacer posible un salto de escala en los procesos de gentrificación. Destinar tantas casas ya no a residentes permanentes sino a turistas ha agravado la emergencia habitacional que ha alcanzado, en muchas ciudades, las proporciones de una crisis humanitaria. De

hecho, Airbnb ha determinado, por un lado, un aumento en los alquileres y, por otro, la contracción en la oferta de casas en alquiler dado que la locación a corto plazo es más rentable que la ordinaria.

Hay varios estudios sobre el impacto de Airbnb en los precios de los alquileres. La investigación del Departamento de Economía de la Universidad de Boston ha averiguado que por cada 12 anuncios en Airbnb por zona censal, hay una pérdida de hogares del 5.9% en el mercado ordinario, un aumento en las rentas del 0.4% y un aumento de los valores de propiedad en un 0,76%. A escala nacional, los investigadores han estimado que Airbnb ha contribuido a un aumento del 1% en los alquileres y del 2% en los precios de la vivienda entre 2012 y 2016¹.

Según un informe del departamento de presupuesto de Nueva York, las rentas han aumentado un 25% entre 2009 y 2016, con un incremento del 1,5% por cada 1% de las unidades residenciales ofertadas en Airbnb². En Nueva York, el primer mercado de Airbnb en los Estados Unidos, los alquileres turísticos inferiores a 30 días son ilegales desde 1929. Sin embargo, los anuncios en esta plataforma alcanzaron un máximo de 67 100

1. In J. Bivens, The economic costs and benefits of Airbnb, Economic Policy Institute, 30 gennaio 2019 <<https://www.epi.org/publication/the-economic-costs-and-benefits-of-airbnb-no-reason-for-local-policy-makers-to-let-airbnb-bypass-tax-or-regulatory-obligations/>>

2. New York City Comptroller Scott M. Stringer, The Impact of Airbnb on NYC Rents, aprile 2018. <https://comptroller.nyc.gov/wp-content/uploads/documents/AirBnB_050318.pdf>



STRAPOTERE AIRBNB

di VITTORIO MALAGUTI e FRANCESCA SIRONI

Strapotere, termine di coniato da un signore anabatico in aperta dialettologia di provincia. Tanto è grande per il messaggio di protesta. Sono i comunisti, in diverse gruppi da Bologna fino a Milano, la Sicilia, «hanno la 100 città controcorrente». C'è chi ne annuncia parzialmente di questo movimento ma si sta mai visto - scrive via messaggio di un'abitante per l'Italia Giuseppe De Santis: «C'è tempo a disposizione perché chi non sa come usarlo non lo fa». Anche perché il proprietario a Milano, via Galvani, non si trova di proprietà di chi si affaccia - Agnelli. Cambia così la concezione italiana di Airbnb. La piattaforma di affitti turistici più famosa al mondo ha una versione di proprietà di chi non sa mai, per accogliere proprio una segnalazione per fare qualche cittadino a Napoli. Sono le dieci di mattina di sabato 26 novembre. A Milano, così come nelle altre città, si diventa in gruppo di solidarietà e benevolenza, negli indirizzi di portogallo il pubblico, mentre va in scena la celebrazione di quella che viene definita come "comunicazione". Anche una come politica, campeggia alla fine delle quattro ore di riavvi-

stato del perché questa presenza in una delle città più importanti della letteratura e la regione Campania, conosciuta "Mediterranea" - è lo specchio di una nuova strategia politica. Come l'Espresso racconta in questa inchiesta esclusiva in collaborazione con il movimento giornalistico Ed. Giuseppe Invernizzi (collaboratore).

Stato nel 2018 la California dell'Iso di tre milioni, Brian Chen, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, la piattaforma degli affitti on-

MUOVE 150 MILIONI DI PERSONE IN 100 MILA LOCALITÀ NEL MONDO. CAMBIA VOLTO ALLE CITTÀ. PAGA POCHE TASSE. GESTISCE I DATI DEI CLIENTI. IL COLOSSO DEGLI AFFITTI ON LINE ORA SI QUOTA IN BORSA

unidades entre 2016 y 2017³ debido a que la falta de datos imposibilita monitorear y hacer cumplir la ley. La mitad de los anuncios eran de casas enteras, un sector que generó el 75% de las ganancias⁴.

Un estudio reciente sobre Barcelona ha estimado que en 2015 era suficiente alquilar una casa en Airbnb por 10 noches al mes para ganar el equivalente un alquiler medio mensual. El estudio ha demostrado un impacto significativo de la plataforma en los precios del alquiler y en los valores inmobiliarios: en las áreas con mayor concentración de anuncios, el coste de locación se ha incrementado en un 7% y los precios de los anuncios en un 19%⁵.

Resistencia

En Barcelona, Nueva York y en la ciudad natal de Airbnb, San Francisco, se han articulado movimientos de resistencia frente esta nueva y agresiva forma de financiarización de la vivienda. En 2014, un grupo de asesores, activistas por el derecho a la vivienda y organizaciones de la industria hotelera de Nueva York establecieron una amplia coalición, ShareBetter, para combatir la proliferación de Airbnb. La batalla contra el enorme poder de la plataforma habría utilizado, en Nueva York y otras ciudades, los datos extraídos y procesados por Inside Airbnb, proyecto del activista-investigador Murray Cox, que mapea los anuncios en Airbnb en muchas ciudades del mundo, que se ha convertido en un punto de referencia internacional. Al mismo tiempo, activistas de la Unión de Inquilinos de San Francisco comenzaron a protestar fuera de las casas alquiladas en Airbnb. El sindicato promovió una coalición de diferentes sujetos, ShareBetter San Francisco, cuyas presiones han contribuido a la aprobación de una de las primeras regulaciones que bloquearon la

proliferación de Airbnb. Es en estos dos niveles, el de las movilizaciones desde abajo y el legal, donde se declina hoy la resistencia al poder abrumador de Airbnb.

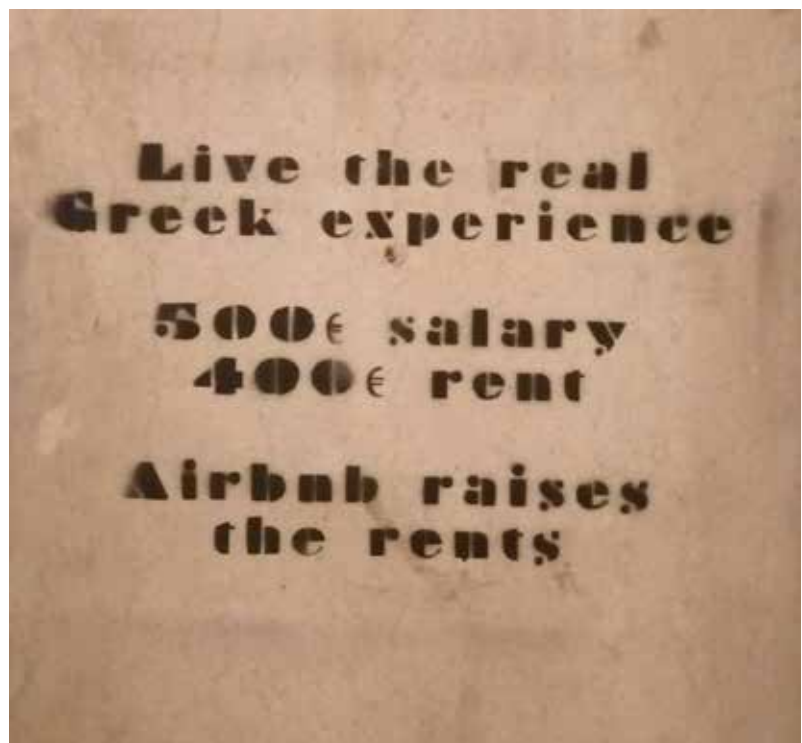
Desde 2014, muchas ciudades de EE. UU. y Europa han comenzado a poner límites al crecimiento incontrolado de la plataforma. Las normas aprobadas hasta ahora identifican algunos criterios para regular la actividad en Airbnb, distinguiendo entre actividades ocasionales y empresariales, limitando el número de noches y de alojamientos alquilados. En general, se considera ocasional el alquiler a corto plazo por un máximo de 90, 60 o 30 noches, dependiendo de la ciudad.

Sin embargo, regular la plataforma ha resultado hasta ahora muy complejo, tanto por el *lobbying* llevado a cabo por Airbnb en las instituciones como por el carácter obsoleto de las normas que rigen las plataformas digitales en Europa y EE. UU. Por ejemplo, la *Section 230* de la *Communications Decency Act*, contenida en la *Telecommunications Act* de 1996, la ley que regula Internet en los EE. UU, fue diseñada como una herramienta para tutelar la “libertad de expresión” en Internet desde su nacimiento. La normativa establece que “ningún proveedor o usuario de un servicio informático interactivo puede considerarse como el editor o autor de la información proporcionada por otro proveedor de contenido informativo”. Actualmente, esta se ha convertido en la herramienta del poder abrumador de las plataformas digitales consideradas no responsables del contenido publicado por usuarios externos. Hoy, la batalla entre Airbnb y las ciudades de los Estados Unidos se lleva a cabo en este terreno. La batalla emprendida por la administración de San

3. D. Wachsmuth, A. Weisler, Airbnb and the Rent Gap: Gentrification Through the Sharing Economy, Forthcoming in Environment and Planning A: Economy and Space, febrero 2018, p. 13.

4. D. Wachsmuth, D. Chaney, D. Kerrigan, A. Shillolo, R. Basalaev-Binder, The High Cost of Short Term Rentals, School of Urban Planning McGill University, 30 enero 2018 (el informe analiza los datos en el período septiembre 2014 - agosto 2017).

5. M. A. García-López, J. Jofre-Monseny, R. Martínez Mazza, M. Segú, Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona, MPRA Paper No. 96131, 23 Sep 2019



Graffiti en una calle del centro de Atenas.
Foto: D. Longobardi, 2019.

Francisco tuvo como objetivo eludir la *Section 230*, al establecer que la plataforma puede albergar anuncios ilegales, pero no puede procesar transacciones económicas para estos anuncios ganando un porcentaje. Para evitar una derrota en los tribunales, Airbnb negoció y eliminó de su página web los anuncios irregulares, que no contaban con el permiso y número de licencia concedido por el Municipio. Cuando, en San Francisco, fue aplicada la nueva ordenanza los anuncios disminuyeron a la mitad. Hoy las plataformas digitales tienen un nuevo sistema de registro que requiere un número de permiso, mientras que los *host* deben enviar un informe trimestral a la Municipalidad, que ha creado una nueva oficina especial para monitorear los alquileres turísticos. Esta línea de ataque, que pasa por alto la *Section 230*, demostró ser exitosa también en la causa entre Airbnb y Santa Mónica, perdida por la plataforma. La sentencia ha establecido que Airbnb es mucho más que una simple plataforma porque los anuncios están regulados y en parte creados por la plataforma misma. El proceso de Airbnb vs Santa Mónica marca un importante punto de inflexión en la capacidad de las ciudades para detener el crecimiento monopolístico y sin límites de las plataformas digitales. En Europa, muchas ciudades han introducido límites a la actividad de Airbnb, pero la batalla legal en curso se ha desplazado al nivel de la Comisión Europea. La Fiscalía de París, de hecho, ha iniciado una demanda contra Airbnb porque la plataforma violaría la legislación nacional sobre agentes inmobiliarios. Sin embargo, según un abogado del Tribunal de Justicia de la UE, Airbnb no violaría esta norma porque ofrecería “servicios inmateriales”, regulados por la Directiva europea 2000/31 sobre comercio electrónico, que goza de un régimen particularmente favorable en el que los márgenes de intervención de los estados miembros son muy limitados. Un informe del *Corporate Europe Observatory*⁶ ha trazado las actividades de *lobbying* llevadas a cabo por Airbnb en la Comisión Europea a

partir de 2015, cuando muchas ciudades comenzaron a introducir normas y políticas de vivienda para proteger el alquiler residencial. La *European Holiday Home Association*, de la cual Airbnb es miembro, gastó alrededor de 500 mil dólares para hacer *lobbying* a favor de la Directiva de comercio electrónico y la Directiva de servicios. Si se confirmara la opinión del abogado de la corte europea, las ciudades tendrían las manos atadas. Por esta razón, en enero de 2018, ocho ciudades enviaron una carta a la Comisión solicitando una iniciativa legal para garantizar el acceso a los datos de la plataforma. “Las plataformas ahora pueden evitar compartir datos con nosotros, y nos parece una locura”, dijo el teniente de alcalde de Amsterdam, la ciudad líder de la coalición.

La batalla por los datos, el petróleo de las plataformas, adquiere un papel cada vez más central para el gobierno de las ciudades, mientras que el tema de la movilidad se revela como el terreno crucial de los conflictos urbanos actuales. La batalla por el derecho a la ciudad ve contrapuestos, por un lado, los intereses de una élite cosmopolita, favorecidos por políticas públicas enfocadas a atraer capital y turistas, lo que hace que la movilidad transnacional y la vida temporal sean un estilo de vida. Por el otro, están aquellos que reclaman el derecho a la ciudad, y que denuncian la creación de un espacio urbano exclusivo destinado a unos pocos, la privatización de las infraestructuras, de los servicios públicos locales, en una palabra, del estado del bienestar. Airbnb, de hecho, representa una herramienta de un *welfare* en la sombra, privado, así como un instrumento de acumulación de ganancias, y, como tal, a menudo es tolerado por las instituciones. Entonces, la lucha por el derecho a la ciudad comienza con la desmitificación de los procesos que, desde arriba, se imponen sobre las ciudades. El turismo, en cuanto política industrial e instrumento de crecimiento económico, en un contexto de *gobernanza* empresarial de las ciudades, así como el modelo de extracción de renta marcado Airbnb, están transformando nuestra sociedad de derecho en una *sociedad de derecho del consumidor*. Es en este terreno donde se desarrolla la lucha por el futuro de las ciudades.

Traducción de Emanuela Bove

6. Corporate Europe Observatory, How online rental platforms use the EU to defeat cities' affordable housing measures, 2 mayo 2018, <<https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2018/05/unfairbnb>>

NOTA SOBRE LA AUTORA

Sarah Gainsforth. Investigadora independiente y periodista *freelance*. Escribe sobre temas sociales relacionados con la ciudad y sus transformaciones, con particular interés en las desigualdades y las políticas de vivienda. Colabora con *DinamoPress*, *Il Manifesto*, *L'Espresso*. Es autora del libro *Airbnb de Città Merce*, *Historias de resistencia a la gentrificación digital* (Derive Approdi, 2019). Vive y trabaja en Roma.