

# Redistribución económica y precariedad. El caso de los anfitriones de Airbnb

## *Economic redistribution and precariousness. The case of Airbnb hosts*

**JAVIER GIL** (Universidad Nacional de Educación a Distancia)

Artículo recibido: 13 de julio de 2018  
Solicitud de revisión: 04 de enero de 2019  
Artículo aceptado: 04 de febrero de 2019

Gil, Javier (2019). Redistribución económica y precariedad. El caso de los anfitriones de Airbnb. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(1), pp. 92-113.

### Resumen

*Todos los particulares pueden obtener ingresos extra y recuperar el poder adquisitivo perdido en el contexto de la crisis*, anuncia Airbnb. Este estudio analiza la forma que adopta el trabajo de los anfitriones —las personas que alquilan su vivienda o habitación— en Airbnb. Se plantea que la actividad de los anfitriones adquiere la forma de trabajo abstracto, pero que es un trabajo que se articula y se desarrolla sobre la propia vida y cotidianidad de los anfitriones: sobre la esfera reproductiva de la persona y sobre actividades no económicas. Para que los anfitriones puedan maximizar los beneficios que obtienen, adoptan la forma de empresarios de sí mismos. Como resultado, los anfitriones reducen su precariedad económica, pero la actividad de hospedar en Airbnb les genera nuevas formas de precariedad vital.

Palabras clave: Airbnb, economía colaborativa, neoliberalismo, precariedad, sujeto empresarial.

### Abstract

*Everyone can earn extra income and recover the lost consumption power due to the crisis*, advertises Airbnb. This study analyzes the form that the work of Airbnb hosts —people who rent their home or room on the platform— acquires. It is stated that the activity of the hosts is a type of abstract labour, but that develops over the life of the hosts: over the reproductive sphere of the person and over non-economic activities. In order for hosts to maximize the benefits they can obtain on Airbnb, they become entrepreneurs of themselves. As a result, hosts reduce their economic precariousness but the activity of hosting on Airbnb generates new ways of vital precariousness.

Key Words: Airbnb, sharing economy, neoliberalism, precariousness, entrepreneurs of the self.

## INTRODUCCIÓN

Desde que se publicara el libro *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live* (Botsman y Rogers, 2010), los conceptos de consumo colaborativo y economía colaborativa se han comenzado a usar en referencia a toda una serie de prácticas y actividades articuladas a través de plataformas digitales que facilitan el intercambio de bienes y el consumo de servicios entre particulares (redes p2p). El libro introduce la idea de que están emergiendo novedosos procesos de producción, intercambio y consumo que tendrán efectos muy positivos sobre nuestras sociedades y solucionarán algunos de los problemas económicos de las sociedades contemporáneas.

Los supuestos beneficios positivos de las economías colaborativas contrastan con los efectos y las controversias que están produciendo en las ciudades donde operan. El rápido crecimiento y expansión sobre las ciudades de empresas como Uber o Airbnb (las máximas representantes del sector), más que haber inaugurado un nuevo ciclo de redistribución económica para los particulares, parecen haber iniciado un nuevo ciclo de protesta contra estas empresas.

Frente a los discursos y actores que defienden las supuestas bondades de este tipo de economías, cada vez son más frecuentes los discursos y análisis críticos con las mismas. Si nos centramos en una perspectiva estrictamente laboral, se suele plantear que estas economías contribuyen a la creación de empleo (Comisión Europea, 2016), que generan formas de trabajo de mayor flexibilidad y que permiten un mayor control sobre el trabajo y los horarios a las personas que desempeñan esta actividad (Schor y Attwood-Charles, 2017). Pero las voces críticas parecen señalar lo contrario. Plantean que las economías colaborativas y el conjunto de las economías y plataformas digitales están extendiendo los procesos de explotación y generando nuevas formas de trabajo no remunerado (Scholtz, 2016; Slee, 2015; Fuchs, 2010; Humphreys y Grayson, 2008; Ritzer y Jurgenson, 2010; Comor, 2010; Fast, Örnebring y Karlsson, 2016; Terranova, 2000). El tipo de trabajo que se desarrolla sobre estas nuevas formas de trabajo está exento de cualquier derecho laboral propio del trabajo asalariado de la economía tradicional, y la responsabilidad respecto al desempleo, la vejez, la enfermedad o la educación se transfiere del empleador al trabajador, siendo el trabajador el encargado de financiar su cobertura sanitaria, su seguro por desempleo o su pensión (Scholz, 2016; Kalamar, 2013; Slee, 2015). Además, se plantea que estas economías reducen los salarios de los trabajadores y generan nuevos mercados de trabajo mal pagados (Scholz, 2016; Kalamar,

2013), aunque varía según cada plataforma (Schor y Attwood-Charles, 2017). El mercado laboral que generan las economías colaborativas también tiene el efecto de que personas de clase media con estudios superiores realicen trabajos para los que están sobrecualificados, desplazando a los trabajadores poco cualificados de sus ocupaciones tradicionales (Schor y Attwood-Charles, 2017). En definitiva, algunos autores han llegado a plantear que lo que a corto plazo se puede percibir como un sentimiento de libertad (mayor flexibilidad, autonomía, independencia), pronto genera ansiedad, autoexplotación y depresión (Scholz, 2016).

En definitiva, se observa que estas plataformas se mueven entre las posibilidades positivas que ofrecen a los anfitriones que ofertan los servicios y los efectos negativos que pueden ocasionar sobre sus vidas y el mercado laboral en general.

Este estudio parte de esta contradicción para analizar el caso de la plataforma Airbnb. Se plantea que la actividad de los anfitriones<sup>1</sup> en Airbnb les permite obtener ingresos extra, reduciendo su precariedad económica. Pero, al mismo tiempo, también se constata que el desarrollo de esta actividad tiene fuertes efectos sobre la vida de los anfitriones, aumentando su precariedad vital. Por lo tanto, se trata de una actividad que reduce la precariedad económica de la persona, pero aumenta su precariedad vital (Orozco, 2014).

Esto se debe a que los anfitriones se constituyen en sujetos empresariales con el objetivo de obtener ingresos en Airbnb. Pero, a diferencia de la economía tradicional, se convierten en empresarios de sí mismos que organizan la actividad productiva de Airbnb sobre ámbitos vitales y reproductivos del anfitrión. En este estudio se analiza, en primer lugar, la forma que adquiere el anfitrión de Airbnb como sujeto empresarial en el marco de las transformaciones del neoliberalismo. Se analizan los distintos tipos de trabajo que desempeña el anfitrión en Airbnb y cómo adopta una lógica empresarial para aumentar la rentabilidad de su actividad. Por último, se plantea que esta actividad genera una mayor precariedad vital en la persona, aunque reduzca su precariedad económica. Para dotar de evidencia empírica a las ideas que aquí se plantean, se utilizarán fragmentos de entrevistas del trabajo de campo reali-

---

1 La plataforma Airbnb denomina *anfitriones* ('hosts') a las personas que alquilan su vivienda o habitación en la plataforma. En Airbnb se observan distintos perfiles de anfitriones; también se observa que los anfitriones que controlan el mercado son aquellos con múltiples anuncios cuya actividad no responde a los principios de la economía colaborativa, sino a formas de economía tradicional sobre un nuevo medio (Gil, 2018a). En este estudio nos centramos en los anfitriones cuya actividad sí responde a los principios de la economía colaborativa y del modelo p2p.

zado que consiste en entrevistas semiestructuradas a decenas de anfitriones de Airbnb en las ciudades de Nueva York, San Francisco, Madrid y Barcelona.

## 1. EL ANFITRIÓN DE AIRBNB COMO SUJETO EMPRESARIAL

El modelo de Airbnb es una forma de extender las actividades y relaciones de mercado hacia ámbitos que hasta ahora no había penetrado. Para que esto suceda, se produce una reconfiguración de la propia forma de acumulación de capital, que permite superar sus límites físicos y sociales. Para ello, surge una nueva forma de organizar la actividad económica, donde son las propias personas las encargadas de impulsar el mercado hacia nuevos ámbitos (Brown, 2015). El capital ya no organiza la producción ni la actividad económica, sino que dota a la población de instrumentos para que sea ella misma la encargada de extender la lógica mercantil y ampliar sus límites hacia campos que hasta el momento resultaban impenetrables para el mercado y la economía tradicional (Brown, 2015; Laval y Dardot, 2013).

El anfitrión de Airbnb no es un sujeto de intercambio y consumo, sino un sujeto empresarial (Laval y Dardot, 2013; Foucault, 2009). Su actividad no consiste en acondicionar un espacio que será consumido por huéspedes. La función del anfitrión es organizar todo el proceso productivo: acondicionar el espacio; crear y gestionar una oferta de hospedaje; dotarla de valor añadido, hacerla competitiva; emplear mecanismos de *marketing*; reconfigurar e invertir en la vivienda para aumentar el valor añadido del hospedaje; racionalizar la actividad para reducir los costes y el esfuerzo de ser anfitrión; organizar el conjunto de la actividad para hacerla más rentable. En definitiva, se trata de acoplar la lógica empresarial a la actividad de Airbnb, lo que hace que el anfitrión organice su vivienda cada vez más según las posibilidades que tiene para producir beneficios en la plataforma.

El principal efecto de que el mercado se extienda sobre la vivienda y la cotidianidad del anfitrión es que estos ámbitos de la vida de la persona, al mercantilizarse, se empiezan a ordenar según principios económicos, lo que supone que la actividad económica invada esferas de la vida no económicas (Brown, 2015). Un anfitrión no puede anunciar su vivienda como hospedaje de manera neutral y objetiva bajo principios descriptivos (tiene tantas habitaciones, tantos cuartos de baños, tiene internet y lavadora, etc.). El hospedaje del anfitrión, al comercializarse, se convierte en objeto de consumo. Cuanto más

atractiva sea la oferta de cara a los clientes, mayor será su satisfacción y el valor añadido de la oferta.

En este contexto de transformación social y de desarrollo del neoliberalismo, la figura de los anfitriones da muchas pistas sobre el tipo de sujeto que configura el neoliberalismo en su fase post-2008. El anfitrión perfecto es aquel que subsume a la lógica del mercado con el objetivo de maximizar las posibilidades de beneficio en Airbnb. El nuevo neoliberalismo presenta una sociedad donde el triunfo individual está al alcance de todas las personas, sin importar las condiciones socioeconómicas de los individuos (Laval y Dardot, 2013). Lo único que se necesita para triunfar es voluntad y entusiasmo, ya que el contexto lo permite: «Airbnb permite a todos los particulares obtener ingresos extras».

Pero el triunfo individual en Airbnb para optimizar la obtención de beneficios está sujeto a que el anfitrión subsuma sus prácticas a la lógica de la razón neoliberal, incorporando los principios del neoliberalismo a su vida y cotidianidad (Brown, 2015; Laval y Dardot, 2013). Esta forma de razón permite al anfitrión pensar su vida, sus recursos y su tiempo en términos de activos económicos con capacidad de producir valor, lo que le permite identificar las posibilidades de cada elemento de su vida y su cotidianidad para producir valor. Asimismo, también le permite determinar qué cambios puede realizar en su vida para que, con tan solo reorganizar su cotidianidad, aumente la magnitud de los beneficios. Por todo ello, como se verá, la obtención de beneficios en Airbnb está sujeta a que el anfitrión se constituya en sujeto neoliberal, empresario de sí mismo (Gil, 2016).

Pero la constitución del anfitrión en sujeto empresarial tiene efectos sobre su propia vida. Un espacio de intimidad y privacidad como es la vivienda se ve invadida por relaciones mercantiles, y el anfitrión ya no podrá hacer uso exclusivo de dichos espacios: ahora los comparte con desconocidos. La gestión empresarial del hospedaje de Airbnb también conlleva que la relación mercantil invada tiempos propios del anfitrión ajenos al mundo productivo, como sus relaciones de ocio, con amigos, momentos de intimidad, tiempos afectivos o incluso de vacaciones. Pero, sobre todo, que el anfitrión empresarial es aquel que, para maximizar los beneficios que obtiene en Airbnb, debe ordenar su vida y su vivienda de acuerdo a las distintas posibilidades que le generan para producir valor, y que sea el valor —y no sus necesidades o deseos— el principio que comience a guiar y organizar la vida del anfitrión (Gil, 2016).

Estos son los efectos colaterales de obtener beneficios a través de Airbnb, pero que, sin lugar a duda, resultan rentables para los anfitriones gracias al

beneficio que obtienen. Asumir estos costes significa que el anfitrión se haga autónomo e independiente, y se presente socialmente como un sujeto que se vale por sí mismo, capaz de superar las situaciones de crisis sin tener que recurrir al Estado ni a políticas sociales (Laval y Dardot, 2013). Estos anfitriones no necesitan mayores derechos laborales, ni un sistema público de pensiones, de sanidad o educación, ya que se valen por sí mismos para recurrir al mercado y acceder a estos servicios a través del ingreso de Airbnb. Así pues, la figura del anfitrión representa muy bien a ese sujeto neoliberal (Laval y Dardot, 2013), que, gracias a que puede acceder a todos los medios de vida a través del mercado, se puede permitir negar la interdependencia social entre seres humanos propia de nuestras sociedades (Orozco, 2014).

## **2. LA ACTIVIDAD DE AIRBNB COMO TRABAJO ABSTRACTO**

Las actividades que desarrolla el anfitrión para generar un servicio de hospedaje en Airbnb, al transformar su vivienda particular en un bien de inversión que permita la producción de valor, se constituyen como trabajo abstracto (Postone, 2006) en el momento en que dichas actividades tienen la capacidad de producir valor, de crear plusvalía para Airbnb, de generar un valor de uso consumible para un tercero (que no sea el anfitrión) y de reportar una remuneración económica al anfitrión.

Lo novedoso, frente a las formas de trabajo tradicionales, es que la constitución del trabajo del anfitrión como trabajo abstracto es un proceso que está guiado por el propio anfitrión. El anfitrión es el encargado de autoorganizar la producción, mercantilizar su vivienda, generar una oferta de servicio y conseguir que el valor producido se realice por medio de Airbnb. Pero, además, el anfitrión es quien pone precio al servicio, por lo que calcula el precio del alquiler de su vivienda junto al precio de su trabajo como anfitrión (teniendo en cuenta las condiciones del mercado). Por medio de todo este proceso, el anfitrión transforma su vivienda en un bien de inversión (capital fijo) y todas las actividades necesarias para ello en formas de trabajo abstracto (capital variable).

El trabajo de los anfitriones de Airbnb se caracteriza por ser un tipo de trabajo que emerge sobre la esfera de la reproducción, que no se articula sobre actividades económicas, sino sobre actividades vitales de la persona, y no se rige por la lógica del trabajo. Es decir, emerge sobre la esfera de la reproducción para generar procesos productivos, se articula sobre actividades vitales

para generar actividad económica, no se rige por la lógica del trabajo, pero se constituye como una forma de trabajo (*trabajo prosumidor*, Gil, 2018c). De esta manera, en Airbnb y en los modelos prosumidores el conflicto no se da entre capital y trabajo, sino entre capital y vida (Orozco, 2014), puesto que la actividad productiva se articula sobre la propia vida de los prosumidores (Gil, 2018c).

Este hecho es fundamental en el modelo de Airbnb, ya que su modelo consiste en no considerar a los anfitriones ni a su actividad como laboral; por el contrario, se presenta como una actividad fruto de la amabilidad y las motivaciones no económicas de los anfitriones (compartir, conocer a los viajeros, etc.). Pero todos los anfitriones reconocen que su actividad en Airbnb es una forma de trabajo:

para mí me supone trabajo (Madrid-4)

...it is, it is work. You can't say that it's not work at all... (Nueva York-8)

es mucho trabajo (Madrid-15)

I see it as work [...] Oh, yeah of course. It's work. I'll spend a day; seven hours are just cleaning the shit (Nueva York-6)

It feels like a lot of work (Nueva York-13)

It's a whole lot of work (San Francisco-11)

es bastante trabajo [...] aparte de que me lo tomaba como un trabajo puro y duro, y me lo tomaba con mucha seriedad (Madrid-13)

El trabajo del anfitrión en Airbnb adquiere distintas formas. La primera hace referencia al trabajo material del anfitrión: limpiar y acondicionar el espacio, entregar las llaves, etc. Estas actividades se organizan y se pueden medir y cuantificar bajo los parámetros de la economía tradicional y su coste está socialmente determinado: una hora de este trabajo vale tanto. Por lo tanto, es un trabajo intercambiable y que se puede externalizar. En definitiva, es un trabajo objetivo y homogéneo para todos los anfitriones.

Pero en Airbnb surgen también formas de trabajo inmaterial que producen valor añadido al servicio y que no se corresponden con las formas tradicionales de trabajo. Se trata del trabajo de producir externalidades,

experiencias y sociabilidad. Este trabajo se constituye como trabajo abstracto, pero no se puede medir ni cuantificar de manera homogénea, ni se puede organizar según los principios de la economía tradicional, y los costes no responden a criterios objetivos, sino que son subjetivos: dependen de la situación particular de cada anfitrión y de cómo los perciba. Eso es debido a que son elementos de la vida y de la cotidianidad los que producen valor, por lo que tampoco son externalizables: solo el anfitrión los puede producir, y el valor añadido de este trabajo radica en que, precisamente, es el anfitrión quien los produce, porque es su vida la que se convierte en fuente de valor y objeto de consumo (como se verá más adelante). Esta forma de trabajo es evaluada por los huéspedes, que además son los encargados de transformarla en actividades productivas con valor propio a través de los sistemas de reputación digital.

Por lo tanto, el anfitrión trabaja para acondicionar el hospedaje, pero también trabaja para producir externalidades, experiencias y sociabilidad y para aumentar su valor como capital humano al producir reputación digital.

En este estudio nos centraremos en el análisis del trabajo del anfitrión que produce externalidades, experiencias y sociabilidad, ya que estas formas de trabajo evidencian el desarrollo de la lógica de la razón neoliberal (Foucault, 2009; Laval y Dardot, 2013; Brown, 2015; Gago, 2015) a través de Airbnb, lo que refleja cómo estas plataformas tienen el efecto de impulsar formas de neoliberalismo desde abajo (Gago, 2015) en donde las unidades sociales se constituyen bajo la forma empresarial, como empresarios de sí mismos. Como resultado de la transformación social que genera Airbnb, se observa que esta forma de emprendimiento de los anfitriones les permite obtener ingresos extra y reducir su precariedad económica, pero paradójicamente genera formas de vida de mayor precariedad.

### **3. FORMAS DE TRABAJO EN AIRBNB**

#### **3.1 Producir externalidades**

Uno de los elementos principales del trabajo del anfitrión en Airbnb, es el proceso de producción de externalidades que crean experiencias para los huéspedes. Las externalidades añaden valor al servicio en sí mismo. A través de Airbnb no se consume en exclusiva un hospedaje, sino toda una serie de servicios extra, de carácter simbólico, que añade el anfitrión a la oferta de hospedaje en sí misma, lo que hace que aumente su valor.

Las externalidades adoptan muchas formas y son muy variadas, pero en general producen exclusividad, atención, cuidados, disponibilidad y *experiencias*. Como resultado, el cliente recibe un servicio único y personalizado, que genera sensación de exclusividad y produce sentimientos de distinción social (no consume lo mismo que el resto de turistas, sino experiencias únicas y particulares). Para el cliente, cuanto mayor sea su percepción de que está consumiendo experiencias únicas y exclusivas, mayor será la satisfacción que le genera el consumo.

El proceso de producción de externalidades comienza antes de que un huésped contacte con el anfitrión. El primer elemento para producir externalidades es a través del perfil del anfitrión en la plataforma, lo que hace que el propio perfil se utilice como fuente de valor. El proceso consiste en construir un perfil que dote al anuncio de hospedaje de mayor valor añadido y transmita al cliente, desde el primer momento, que en este hospedaje consumirá una experiencia única y personalizada, que no encontrará en otros anuncios. Como resultado, para el anfitrión su anuncio se hace más competitivo y el huésped percibe que su hospedaje tiene más ventajas que el resto (aumentando así su satisfacción).

Este trabajo consiste en buscar elementos del barrio, de la vivienda o del propio anfitrión que puedan transformarse en objeto de consumo por la forma como son nombrados y descritos en el perfil. Es un proceso de producción simbólica que transforma elementos de la cotidianidad del anfitrión y de su hospedaje en fuente de valor. Consiste en destacar aquellos elementos de la realidad que tienen capacidad de producir valor, para transformarlos en objeto de consumo deseable para el turista a través del lenguaje. Así se genera una representación de la realidad que no tiene por qué corresponderse con la realidad misma, y la realidad se presenta como una representación de sí misma de acuerdo a criterios de mercado. Lo real se convierte en aquello que se puede consumir, invisibilizando todos aquellos factores de la realidad que no se pueden transformar en objeto de consumo. Esta mercantilización de la vida, de las viviendas y los barrios de las personas generan una distorsión de la realidad, que desemboca en una economía del simulacro construida según criterios mercantiles:

She put a lot of things that I would never think. For instance praising the neighborhood, that there is a lot of cinema and cafes, that it's trendy, that it's historical Harlem, these I would never think. And then she was saying a lot about there is light (Nueva York-10)

...del rollo: bueno pues ¿Qué ofrece mi zona? Vendía mi casa un poco, decir: «bueno pues tengo las bicicletas, tengo el río, tengo...» y eso. Entonces intentaba crear como un perfil apetecible, con fotos bonitas, con luz y... venderlo bien, que funcionase bien de logística (Nueva York-1)

Otra fuente importante de valor añadido son las guías del barrio que elaboran los anfitriones. En estas guías (que adquieren distinta forma y tamaño según cada caso), los anfitriones transmiten información de interés general a los huéspedes, como el acceso a los medios de transporte desde la vivienda. Pero, sobre todo, los anfitriones señalan en las guías los lugares donde consumir —cafeterías, restaurantes, tiendas— y lugares de interés para visitar. Lo más importante es que se trata de sitios que son frecuentados por los anfitriones y donde a ellos les gusta consumir. Los huéspedes, al consumir en estos lugares, pueden compartir la experiencia de «vivir como un local»,<sup>2</sup> porque son los lugares del barrio que frecuenta el anfitrión. Airbnb es consciente de la importancia de estas guías, y anima a los anfitriones a que elaboren guías personalizadas de lugares en su barrio que muestren lugares que no aparecen en las guías turísticas convencionales.

Creé un google maps como personalizado, de la zona. Entonces compartía con ellos un enlace y ellos así tenían alrededor todos los restaurantes, pizzerías, bakeries, no sé, dónde están los cajeros, dónde está correos si hace falta, no sé, ¿no? Esto le gustaba mucho a la gente, había cosas prácticas y había cosas de... no sé, comprar souvenirs locales, pues en la tienda aquí, ¿no? O sea tenía toda una zona de mi barrio trabajada como pim pim pim pim, ¿no? Con tiendas colocadas en el mapa. Eso gustaba mucho eh (Barcelona-1)

La sensación de «vivir como un local» y que el turista no se sienta como un turista mientras hace turismo es fundamental en el modelo de Airbnb. Desde la perspectiva del consumo, permite superar los problemas de saturación turística de los centros urbanos (los turistas cada vez disfrutaban menos de estos lugares donde no existe interacción de ningún tipo con la población local y están constantemente rodeados de turistas en un entorno diseñado y moldeado de acuerdo al consumo turístico). Desde la perspectiva de la producción y la organización del turismo, facilita que el turismo se extienda hacia nuevos territorios de la ciudad, más allá de las zonas turísticas, superando los límites que el crecimiento del turismo encuentra cuando este se practica solo en algu-

---

2 «Vive como un local a donde quiera que vayas» y «Belong anywhere», se han convertido en las principales campañas de *marketing* de Airbnb. El objetivo de la empresa es impulsar nuevas formas de consumo turístico, articuladas sobre el consumo de experiencias únicas gracias a que los huéspedes comparten hospedaje con una persona local.

nas zonas de la ciudad (para ello emergen nuevos discursos sobre el consumo de autenticidad y experiencias únicas que no se pueden dar en los centros urbanos turistizados, pero sí en las periferias).

Los anfitriones son conscientes de que de ellos depende producir el sentimiento de que sus huéspedes no se sientan turistas y perciban que están viviendo como una persona local. Los anfitriones trabajan para producir este sentimiento y, cuanto más lo perciban los huéspedes, mayor será su satisfacción. Así pues, los anfitriones utilizan todas las oportunidades a su alcance para producir la experiencia de vivir como un local:

I mean I think it makes people feel less like they're tourists and I think that's a much desired travel experience now. To feel not like you're a tourist, which you fucking are because you're not from the place, but it makes people feel something that they want to feel. [...] I think people are very interested; they get authenticity so they want to have this experience that they think is «authentic» (Nueva York-7)

### 3.2 Producir socialización

La relación que se establece entre anfitrión y huésped durante la convivencia es una relación instrumental guiada por la lógica del mercado. Los anfitriones aprovechan los momentos de interacción y socialización con los huéspedes para producir externalidades que aumenten su reputación digital. Es decir, generan formas de entusiasmo fingido en la socialización para aumentar su productividad y obtener recompensas simbólicas en forma de reputación digital (Zafra, 2017). Por lo tanto, el motivo principal de la interacción es económico (sus futuros ingresos dependen de esa socialización). De este modo, en Airbnb surge una economía de la socialización propia. Los huéspedes consumen las externalidades y experiencias que el anfitrión produce mediante la socialización, mientras que el anfitrión se comporta como un comercial que produce socialización.

I mean it conditioned me to be like... like to act like a host. I found myself being a tour guide a lot. Like I'd say, come and welcome them into the house like you know like people flying to JFK or La Guardia and I welcome them into the house and: «yes! Welcome to New York, this is the place, this is what the neighborhood's like», and like I started repeating the same sort of things like, you know, salesperson or somebody who works in customer service [...] for most of those people it was like «we just wanna do the tourist

things in New York city, so show us how to get to Times Square» and then, you know and do I would like be that person (Nueva York-2)

La profesionalización de los anfitriones y el hecho de que la actividad de hospedar en Airbnb se realiza de manera continuada a largo plazo, hace que sea imposible para los anfitriones socializar con los huéspedes motivados por la curiosidad de conocerles y establecer algún tipo de vínculo. Compartir en Airbnb significa tener que dedicar tiempo a los huéspedes, no disponer de la vivienda para uno mismo o tener que estar pendiente de otra persona, por lo que se acaba convirtiendo en una carga. Además, el motivo por el que las personas alquilan en Airbnb es económico, no social. Las personas no quieren hacer amigos, sino ganar dinero. Por todo ello, el fetiche de compartir con desconocidos se desvanece en muy poco tiempo.

Por encima de todo, la pasta. Después, al principio, también el conocer a gente. Pero el conocer a gente se deshizo rápidamente porque es una ciudad con poco espacio y tiempo, y entonces yo no tenía mucho espacio de conocer a alguien tan random, o sea no... (Nueva York-1)

Esto lleva a los anfitriones a que cambien de opinión con rapidez y empiecen a percibir a los huéspedes de manera instrumental, buscando optimizar la relación todo lo posible. La economía de la socialización hace que los anfitriones no se puedan relacionar bajo la premisa de la amistad, el afecto o los cuidados. Sobre todo, cuando la actividad del anfitrión se ejerce de manera continuada y se profesionaliza. Socializar con desconocidos que pernoctan en tu casa y que cambian cada tres-cinco días se convierte en un trabajo que requiere mucho esfuerzo y choca con el ritmo de vida del anfitrión. Por eso, los anfitriones buscan formas de reducir y limitar la socialización con los huéspedes:

And I love it, I'm very, very glad that I don't have to deal with everybody. Have everybody at my breakfast table every day. [laughing] It's like, you know, you get... There's a phenomenon that has been called host burnout and I think if I had these people at my table every day I would be burned out, I would be burned out and would have to just do it differently (San Francisco-16)

The best ones that I loved were the ones who like left before I got up and, and came back before I went to bed or after I went to bed so it was like I, I didn't see those people that was great (Nueva York-9)

Al constituirse la socialización entre anfitriones y huéspedes como una economía propia, los anfitriones despliegan todo tipo de herramientas para aumentar su rentabilidad. Los anfitriones calculan cómo invertir en socializar con los huéspedes y obtener una mayor rentabilidad al menor coste posible, ya que la socialización tiene distinta rentabilidad según cómo la gestione cada anfitrión. En el siguiente fragmento de entrevista la anfitriona calcula que, por un lado, el coste de socializar es mayor, ya que no *fluye* la relación y, por otro, al ser huéspedes que van a estar solo tres días en la vivienda, no merece la pena invertir en socializar:

And you're like you know tryna establish that relationship sometimes that was just like not feeling like it. Especially if they were gonna be there like three days and especially 'cos it was happening so often like new people coming (Nueva York-15)

Al constituirse la socialización como una economía propia, el trabajo de producir socialización tiene un precio. Algunos anfitriones consideran que el precio del hospedaje incluye de por sí una magnitud mínima de socialización, que podrá incrementarse cuando los costes de socializar se reduzcan (por ejemplo, cuando exista afinidad entre anfitrión y huésped). En cambio, otros anfitriones consideran que el trabajo de socializar no está incluido en el precio de su hospedaje. Para estos, toda socialización se convierte en trabajo extra no remunerado e invisible que el anfitrión incluye en la oferta y el huésped consume de manera gratuita. En estos casos, los anfitriones hacen todo lo posible para evitar socializar y se niegan a producir socialización. El siguiente fragmento de entrevista refleja muy bien la idea del proceso de producción de externalidades como un proceso de trabajo invisible. La anfitriona hace una analogía entre el trabajo del anfitrión que incluye socialización y los trabajos sexuales que incluyen socialización y afectos, para reflejar que en su hospedaje el trabajo de socializar no estaba pagado y, por lo tanto, ella se negaba a producirlo aunque los huéspedes lo exigieran:

It, it's gonna sound really crazy but it's like, you know they're like the high class escorts right? And there is the ones who are like the ones that you like go and have relations with and then go home but then there's also the ones who give you the girlfriend experience, right? Where they can talk to you intelligently about things and you can take them to swarez and you can... they will spend time with you and sort of nurture your heart and whatever. They were not paying me for the girlfriend experience (Nueva York-9)

Aunque se trata de una socialización mercantilizada, la socialización no se puede presentar como mercantil. El huésped no busca encontrarse con el recepcionista de un hotel, con un camarero de un restaurante o con un guía turístico. No puede percibir que se relacionen con él solo porque supone una fuente de beneficio, ni que el anfitrión está trabajando para él. El trabajo del anfitrión también consiste en invisibilizar el factor mercantil, ya que, si el cliente percibe que el anfitrión es un trabajador al uso del sector turístico, la experiencia será mucho menos satisfactoria para el cliente. De este modo, el anfitrión no solo produce sociabilidad; entre sus funciones se incluye el invisibilizar la relación mercantil, produciendo una economía invisible del simulacro.

#### 4. LA PRECARIZACIÓN DE LA VIDA

Una característica de la fase de reestructuración neoliberal iniciada en 2008 es que la precariedad se convierte en una forma de gubernamentalidad (Lorey, 2016) para el pleno desarrollo del neoliberalismo. La precariedad no es una condición pasajera o episódica que afecta a los sectores más vulnerables de la población. En distintos grados, concierne al conjunto de la población y se constituye en algo propio de nuestras sociedades, como «una nueva forma de regulación que caracteriza nuestra época histórica» (Butler, 2016: 13). Se trata de «una técnica de gobierno que se encuentra en proceso de normalización» (Lorey, 2016: 76) que atañe al conjunto social. Las condiciones de vida y de trabajo precarias se están normalizando en un plano estructural «y se han convertido por ende en un instrumento fundamental de gobierno» (Lorey, 2016: 73), lo que hace que la precarización se transforme en el neoliberalismo «en un instrumento político-económico normalizado» (Lorey, 2016: 51). Como resultado, la precariedad «se ha convertido en un régimen, en un modo hegemónico de ser gobernados y de gobernarnos a nosotros mismos» (Butler, 2016: 13). En este contexto la precariedad no es solo una condición laboral, sino que se vuelve una condición existencial y vital (Orozco, 2014; Fumagalli, 2007), lo que permite hablar de precariedad vital, precariedad existencial o de vidas precarias.<sup>3</sup> La precariedad se constituye así como el «conjunto de condiciones, materiales y simbólicas, que determinan una incertidumbre acerca del acceso

---

3 El concepto de *precariedad en la vida* fue lanzado desde los feminismos ya antes del estallido de la crisis en 2008, «para entender qué nos estaba pasando y que ahora se vuelve más pertinente que nunca» (Orozco, 2014: 191).

sostenido a los recursos esenciales para el pleno desarrollo de la vida de un sujeto» (Precarias a la deriva, 2004: 25). La precariedad en la vida «es la inseguridad en el acceso sostenido a los recursos que necesitamos para vivir vidas significativas» (Orozco, 2014: 191).

Los efectos concretos de la precariedad vital sobre las vidas de las personas son que la precariedad, en sus diversas formas, genera vidas flexibles, inestables, indeterminadas en funciones, de autoexplotación de las experiencias y las emociones, de extrema movilidad, de escasez e incluso de inexistencia de salario, de incertidumbre a tres meses vista, de imposibilidad de planificar o de la adultez que no llega (Precarias a la deriva, 2004); de la incapacidad de llevar adelante la vida que se desea, de vivir al límite y no disponer de los medios precisos para la vida, reduciendo el trecho entre precariedad y exclusión (Orozco, 2014: 193-194).

Sin lugar a duda, Airbnb permite a los particulares obtener ingresos extra, aunque se trate de una economía completamente desigual que reproduce las desigualdades sociales que existen en nuestras sociedades. En este artículo se ha planteado que Airbnb, al permitir a los particulares obtener ingresos extra, reduce la precariedad económica de la persona, pero, en contraposición, incrementa su precariedad vital. Esto se debe a que la actividad de Airbnb se desarrolla sobre la propia vida del anfitrión, sobre espacios, actividades y tiempos no económicos que configuran el ámbito privado e íntimo de la vida del anfitrión. Lo que hace que los anfitriones tengan que acoplar su vida, su vivienda y su cotidianidad a la producción de valor en Airbnb, lo que genera a su vez costes y esfuerzos y limita y condiciona su propia vida. El efecto es que los anfitriones cada vez tienen menos poder de decisión sobre sus tiempos, su vivienda y su cotidianidad, puesto que la actividad económica de Airbnb los invade. Por eso la vivienda y la cotidianidad de la persona dejan de organizarse según sus necesidades y deseos, para organizarse según las posibilidades que se les presentan para obtener beneficios en Airbnb.

Airbnb permite obtener ingresos extra y reducir la precariedad económica, pero ¿a costa de qué? ¿Qué tipo de vidas genera Airbnb para las personas que dependen de este ingreso para llegar a fin de mes? Un caso muy llamativo de las personas entrevistadas fue el de una anfitriona de Nueva York que vivía en un estudio. Como no tenía espacio *extra* que alquilar en Airbnb pero necesitaba el ingreso, probó a introducir un colchón en el vestidor de su estudio y vio que justo cabía y era del mismo tamaño. La anfitriona estuvo dos años y medio alquilando su estudio en Airbnb, mientras ella dormía en el vestidor. Otro caso de un anfitrión de San Francisco, que solo tenía un cuarto de baño

en su vivienda. Durante los dos años que llevaba hospedando en Airbnb, le había sucedido tres veces que por la mañana tenía completa necesidad de ir al baño, pero este estaba ocupado por los huéspedes, teniendo que salir corriendo a buscar un baño en la calle (la primera vez se coló en una obra que había en su calle, las otras dos fue corriendo un par de manzanas hasta encontrar una cafetería). Como puede verse, la actividad genera vidas más precarias.

Otra figura es la de los «nómadas urbanos de Airbnb» (Gil, 2018b). Se trata de anfitriones que alquilan su propia vivienda o habitación, pero tienen que buscar otro lugar donde dormir. Los nómadas urbanos, por lo general, son gente joven que alquilan su vivienda o habitación de viernes a domingo y se van a dormir a casa de su pareja, de sus padres o al sofá de un amigo. El viernes hacen la maleta y no vuelven a la vivienda hasta el domingo. El caso más llamativo de los entrevistados fue el de una pareja de Barcelona con dos hijos pequeños. Estos, cuando recibían una solicitud, alquilaban su vivienda, hacían las maletas y se iban los cuatro a dormir a una habitación a casa de los padres de ella. El ingreso de Airbnb permite pagar el alquiler o la hipoteca, pero a costa de convertirte en nómada urbano durante los fines de semana.

La actividad de Airbnb invade por completo la vida del anfitrión. Principalmente porque los anfitriones siempre tienen que estar conectados con la plataforma por si reciben una solicitud. Los tiempos de respuesta en Airbnb son muy cortos (véase la tabla 1), algo de lo que son conscientes los anfitriones, ya que, si tardan en responder a las preguntas o solicitudes de los huéspedes, estos podrán encontrar otro hospedaje. Así pues, la gestión de Airbnb invade tiempos de ocio, afectivos o con amigos, en los que los anfitriones tienen que desconectar momentáneamente de la actividad que están realizando para gestionar Airbnb. Un caso a destacar es el de una anfitriona que estaba gestionando una reserva de 500 \$, entró al cine y se desconectó de Airbnb. Cuando salió, el huésped ya había encontrado otro hospedaje y la anfitriona había perdido una reserva de 500 \$. El efecto que tiene esta situación sobre la anfitriona es que nunca se puede desconectar y que, siempre que llegue una solicitud, debe gestionarla inmediatamente, sin importar lo que se esté haciendo (en este caso, haber seguido gestionando la reserva desde el cine, aunque ello signifique no poder prestar atención del todo a la película).

**Tabla 1: Tiempo de respuesta de los anfitriones a las solicitudes**

	Madrid	Barcelo- na	Nueva York	Ámster- dam	París	Londres
Una hora	<b>57,63 %</b>	<b>49,95 %</b>	<b>31,77 %</b>	<b>32,38 %</b>	<b>30,50 %</b>	<b>35,73 %</b>
Un par de horas	14,56 %	21,73 %	17,84 %	23,00 %	17,33 %	21,58 %
En 24 horas	10,25 %	13,69 %	14,98 %	19,04 %	16,06 %	14,92 %
Otro	17,56 %	14,63 %	35,41 %	25,58 %	36,11 %	27,77 %

Fuente: elaboración propia con datos de InsideAirbnb

En muchos casos, para los anfitriones con horarios de trabajo fijos en la economía tradicional, la actividad de Airbnb les genera mayores dificultades al no disponer de completa disponibilidad para organizar la actividad a lo largo del día y solo disponer de los tiempos al margen de su jornada laboral. En muchos casos, supone tener que salir corriendo del trabajo para llegar a casa, limpiar la habitación, cambiar las sábanas y acondicionar el espacio antes de que llegue el siguiente huésped. Esta situación hace que la actividad de Airbnb añada horas de trabajo a la jornada laboral, además con unos ritmos de trabajo muy intensos.

El perfil sociodemográfico que más está creciendo en Airbnb es el de los jubilados y jubiladas. Las jubiladas en concreto se están convirtiendo en el perfil *ideal* de Airbnb, porque son el perfil con mejores evaluaciones y una reputación digital más elevada. Aunque para las anfitrionas jubiladas signifique reducir su precariedad económica, la actividad en Airbnb aumenta su precariedad vital, porque después de toda una vida trabajando, se jubilan y aun así tienen que seguir desempeñando la actividad en Airbnb para llegar a fin de mes.

Por último, cabe señalar que, si bien la actividad en Airbnb es una actividad muy rentable económicamente, se trata de una actividad que genera estrés y angustia en la mayoría de anfitriones. Por lo tanto, aunque reduzca la precariedad económica del anfitrión, se trata de una actividad que introduce factores de estrés, agobio y angustia en la vida de los anfitriones, aumentando su precariedad vital.

## 5. CONCLUSIONES

Los anfitriones recurren a Airbnb para obtener ingresos extra que les permitan recuperar parte de la capacidad adquisitiva perdida desde el 2008 en el contexto de la crisis, como bien señala la propia empresa (Airbnb Citizen, s. f.). Pero, para obtener ingresos y maximizar la rentabilidad de la actividad en Airbnb, los anfitriones se tienen que constituir como empresarios de sí mismos, lo que les permite reducir su precariedad económica a costa de aumentar su precariedad vital.

El anfitrión de Airbnb se presenta como un sujeto independiente y autónomo, que puede superar el contexto de crisis —incluso las políticas de austeridad— por sí mismo, ya que el ingreso extra le permite acceder a través del mercado a sus medios de vida. La inseguridad como principio que se instaura en nuestras sociedades es superada por el anfitrión, pero solo en la medida en que adapta la lógica del mercado a su vida y obtiene ingresos en Airbnb, siendo la competencia una forma reguladora de la vida (Foucault, 2009).

En definitiva, la subjetividad, las configuraciones y las relaciones sociales que se constituyen a través de Airbnb dan muchas pistas sobre las transformaciones sociales y de los sujetos en el marco del neoliberalismo. Desde la perspectiva de la precariedad, en el modelo de Airbnb la precariedad de los anfitriones no se constituye como una condición pasajera o episódica, sino como una nueva forma de regulación propia de nuestra época histórica (Butler, 2016: 13). La precariedad se convierte así «en un modo hegemónico de ser gobernados y de gobernarnos a nosotros mismos». Airbnb se construye sobre sujetos precarios económicamente que, a través de Airbnb, disminuyen su precariedad económica, pero aumentan su precariedad vital, iniciando una forma de vida que se sostiene sobre dicha precariedad vital. El modelo de Airbnb lo que precisamente refleja no es solo incertidumbre en el trabajo remunerado, sino «incertidumbre en el modo de vida y por ende en los cuerpos y en los modos de subjetivación» (Lorey, 2016: 28).

## BIBLIOGRAFÍA

Airbnb Citizen (s. f.). Unlocking economic opportunity. Recuperado de: <https://www.airbnbcitizen.com/unlocking-economic-opportunity/>.

- Botsman, Rachel y Rogers, Roo (2010). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins London.
- Brown, Wendy (2015). *Undoing the demos: Neoliberalism's stealth revolution*. London: MIT Press.
- Butler, Judith (2016). Prefacio. En Lorey, Isabell. *Estado de Inseguridad: Gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Comisión Europea (2016). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Agenda Europea para la economía colaborativa, 356 final. Recuperado de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>.
- Comor, Edward (2010). Contextualizing and critiquing the fantastic prosumer: Power, alienation and hegemony. *Critical Sociology*, 37(3), 309-327.
- Fast, Karin, Örnebring, Henrik y Karlsson, Michael (2016). Metaphors of free labor: a typology of unpaid work in the media sector. *Media, Culture & Society*, 38(7), 963-978.
- Foucault, Michel (2009). *Nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978-1979)*. Madrid: Akal.
- Fuchs, Christian (2010). Labor in Informational Capitalism and on the Internet. *The Information Society*, 26(3), 179-196.
- Fumagalli, Andrea (2007). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo*. Navarra: Traficantes de Sueños.
- Gago, Verónica (2015). *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Gil, Javier (2016). Economías colaborativas y crisis del capitalismo: un análisis a través de la prosumición. En Cortarelo, Ramón y Gil, Javier (Comp.). *Ciberpolítica: Gobierno abierto, redes, deliberación, democracia* (167-188). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Gil, Javier (2018a). ¿Cómo regular el hospedaje entre particulares? Criterios de regulación utilizando el caso de Airbnb. En De la

- Encarnación, Ana María y Boix, Andrés (Ed.). *La regulación del alojamiento colaborativo. Viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el Derecho español*. Pamplona: Thompson-Reuters Aranzadi.
- Gil, Javier (17 de abril, 2018b). Tribus Ocultas: Alquilan su piso el fin de semana. Duermen en el sofá de un amigo. Solo así evitan el desahucio. [Archivo de vídeo]. Recuperado de [http://www.lasexta.com/tribus-ocultas/libros/alquilan-su-piso-el-fin-de-semana-duermen-en-el-sofa-de-un-amigo-solo-asi-llegan-a-fin-de-mes-o-evitan-el-desahucio\\_201804175ad6c3a60cf2754e48dd52e5.html](http://www.lasexta.com/tribus-ocultas/libros/alquilan-su-piso-el-fin-de-semana-duermen-en-el-sofa-de-un-amigo-solo-asi-llegan-a-fin-de-mes-o-evitan-el-desahucio_201804175ad6c3a60cf2754e48dd52e5.html)
- Gil, Javier (2018c). Las múltiples formas de trabajo en las economías colaborativas y su regulación: el caso de «Airbnb». En Todolí, Adrián y Hernández, Macarena (Eds.). *Trabajo en plataformas digitales: innovación, derecho y mercado*. Cizur Menor: Thompson-Reuters Aranzadi.
- Humphreys, Ashlee y Grayson, Kent (2008). The intersecting roles of consumer and producer: a critical perspective on co-production, co-creation and prosumption. *Sociology Compass*, 2(3), 963-980.
- Kalamar, Anthony (2013). «Sharewashing is the New Greenwashing». *OpEd News*. Disponible en: <https://www.opednews.com/articles/Sharewashing-is-the-New-Gr-by-Anthony-Kalamar-130513-834.html>.
- Laval, Christian y Dardot, Pierre (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Lorey, Isabell (2016). *Estado de Inseguridad: Gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Orozco, Amaia (2014). *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Navarra: Traficantes de Sueños.
- Precarias a la deriva (2004). *A la deriva: por los circuitos de la precariedad femenina*. Madrid: Traficantes de Sueños.

- Postone, Moishe (2006). *Tiempo, trabajo y dominación social: una reinterpretación de la teoría crítica de Marx*. Barcelona: Marcial Pons.
- Ritzer, George y Jurgenson, Nathan (2010). Production, Consumption, Prosumption The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of consumer culture*, 10(1), 13-36.
- Scholz, Trebor (2016). *Platform cooperativism: Challenging the corporate sharing economy*. New York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- Schor, Juliet y Attwood-Charles, William (2017). The Sharing Economy: labor, inequality and sociability on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8). doi: 10.1111/soc4.12493.
- Slee, Tom (2015). *What's yours is mine: Against the Sharing Economy*. London: Scribe Publications.
- Terranova, Tiziana (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social text*, 18(2), 33-58.
- Zafra, Remedios (2017). *El entusiasmo: precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona: Anagrama.