CC BY SA

RECERCA. REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI, NÚM. 30(2). 2025. ISSNe: 2254-4135 – pp. 1-28
DOI: http://dx.doi.org/10.6035/recerca.8706

El capitalismo emocional y los *influencers* de inversión inmobiliaria. Del hogar al inmueble, o el hogar como *no-lugar*

Emotional capitalism and real estate investment influencers: from home to real estate, or home as a non-place

WISSAM YATIM HARKOUS (Universitat Jaume I),[1] CARLOS JESÚS FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ (Universidad Autónoma de Madrid) y JOAN CARLES BERNAD I GARCÍA (Universitat de València)

Artículo recibido: 20 de febrero de 2025
Solicitud de revisión: 21 de febrero de 2025
Artículo aceptado: 30 de abril de 2025

Yatim Harkous, Wissam; Fernández Rodríguez, Carlos Jesús y Bernad i Garcia, Joan Carles (2025). El capitalismo emocional y los *influencers* de inversión inmobiliaria. Del hogar al inmueble, o el hogar como *no-lugar*. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 30(2), pp. 1-28. doi: http://dx.doi.org/10.6035/recerca.8706

Resumen

Hemos partido del giro afectivo y los estudios de la gubernamentalidad para analizar los discursos de los *influencers* de inversión inmobiliaria más populares de Instagram y YouTube en España, dando cuenta de su faceta como activistas anarcocapitalistas. Sus contenidos apelan a la inseguridad y a la falta de libertad propias de la atmósfera emocional y de las políticas temporales del neoliberalismo, para construir el hogar como un *objeto seguro*. Señalamos cómo las estrategias de inversión que proponen expanden y fragmentan el sueño rentista, cómo utilizan las calculadoras de rentabilidad para congelar los sentimientos en relación con el espacio de la vivienda y cómo dichas herramientas encauzan su inversión hacia los barrios de clases trabajadoras. Por último, hemos explorado cómo a través de sus discursos de autoayuda promueven un crecimiento personal que transforma el hogar en un *no-lugar*, que hace desaparecer lo común.

Palabras clave: autoayuda financiera, capitalismo emocional, vivienda, *influencers*, inseguridad.

[1] yatim@uji.es

Abstract

We have departed from the affective turn and governmentality studies to analyze the discourses of the most popular real estate investment influencers on Instagram and YouTube in Spain, pointing at their role as anarcho-capitalist activists. Their contents appeal to the insecurity and lack of freedom inherent to the emotional atmosphere and temporary policies of neoliberalism, in order to construct the home as a *safe object*. We claim that the investment strategies they propose help to expand and fragment the rentier dream, and we point out how they use profitability calculators to freeze feelings concerning the space of the house and how such tools channel investment into working class neighborhoods. Finally, we have explored how through their self-help discourses they promote a personal growth that transforms the home into a non-place that erases the idea of the common.

Key Words: financial self-help, emotional capitalism, housing, influencers, insecurity.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo vamos a explorar y analizar el auge de una de las renovadas utopías/distopías del neoliberalismo: el camino a la libertad financiera a través de la inversión inmobiliaria y sus respectivos intermediarios en las redes sociales. Aunque existe una crisis habitacional en la mayoría de las grandes ciudades del mundo, nuestro trabajo se va a centrar en el contexto español, donde el elevado coste tanto de la compra como del alquiler de inmuebles ha derivado recientemente en manifestaciones de protesta (Peinado, 2024). Según una reciente encuesta del CIS (2024), el acceso a la vivienda es percibido como uno de los principales problemas del país. El modelo productivo de la economía española, a pesar del auge y caída de la burbuja inmobiliaria de principios de siglo, ha seguido siendo dependiente del negocio inmobiliario. España es uno de los países europeos con mayor inversión familiar en inmuebles (en 2020, el 45 % de las familias tendrían algún tipo de activo inmobiliario que no constituye su vivienda habitual: ver Observatorio del Ahorro Familiar, 2021): dicha inversión se consideraría un valor refugio frente a las crisis, y un factor de estabilización económica para las clases medias (Carmona Pascual, 2022). No obstante, este modelo de inversión urbana genera notables desigualdades y tensiones, particularmente a partir del fenómeno AirBnB y la creciente presencia de grandes fondos de inversión en el mercado de la vivienda (Sequera y Gil, 2023). Por ejemplo, el Instituto Español de Analistas (ver Díaz Izquierdo, 2024) nos proporciona datos útiles para comprender la

distribución y el negocio del alquiler en la ciudad de Barcelona, uno de los lugares más tensionados en el acceso a la vivienda. Se observa que la inmensa mayoría de los caseros (79 %) solo tienen un inmueble, mientras los multipropietarios controlan más del 60 % de los inmuebles del mercado, con un porcentaje notable de inversores medianos. Estos datos revelan cómo se distribuye el negocio inmobiliario y cómo los pequeños y medianos inversores desempeñan un papel importante, un fenómeno que Pablo Carmona Pascual (2022) denominó *rentismo popular*.

Desde nuestra perspectiva, para abarcar este fenómeno de la inversión inmobiliaria hemos partido de la idea del giro afectivo (tal y como expone Ahmed, 2014, 2019), que nos enseña que todo orden social necesita conformar de determinadas formas nuestra vida afectiva. Reproducir el orden social, resistirlo o subvertirlo pasa por organizar y reorganizar nuestros sentimientos y nuestras emociones (Crespo, 2018). El capitalismo neoliberal desde sus inicios puso a las emociones en el centro de la economía y la política, como recurso estratégico que explotar y capitalizar (Illouz, 2007, 2010; Hochschild, 2008; Santamaría, 2018; Espluga, 2021). Hoy en día, con la irrupción del capitalismo de plataformas (Srnicek, 2018; Zuboff, 2020), la vida afectiva está mediada por una cultura terapéutica, visual, gerencial y algorítmica (Amigot y Martínez, 2022; Fernández Rodríguez y Medina-Vicent, 2023; Mirzoeff, 2016; Rodríguez, 2018) que constituye de nuevas formas las subjetividades y la relación de los individuos con el mundo. Esta cultura se manifiesta de forma notable en el espacio de las redes sociales, donde proliferan los discursos de autoayuda, entre ellos, los de la autoayuda financiera, ligados a este fenómeno de la inversión inmobiliaria, que tratan de fomentar.

Daniel Fridman (2019) define la autoayuda financiera como «un conjunto de discursos, prácticas, técnicas, interacciones y objetos a través de los cuales las personas interpretan e intentan transformar su conducta y su planificación financiera, sus posiciones sociales, sus metas y su yo» (p. 16), esto es, como una tecnología del yo (Foucault, 1990) que utilizan los individuos en su proyecto de autotransformación. Un ejemplo que expone sería el concepto de libertad financiera acuñado en 1997 por Robert Kiyosaki (un gurú de la gestión que afirma poseer 15 000 inmuebles), consistente en la capacidad de mantener un nivel de consumo elevado sin la necesidad de tener que trabajar. Este concepto se ha hecho recientemente popular entre la juventud (especialmente entre hombres), que busca inversiones para obtener ingresos pasivos. La libertad financiera implica también una condi-

ción interna del yo, en la cual el individuo debe superar sus miedos para ser capaz de asumir riesgos económicos (Fridman, 2019). Es una suerte de actuación terapéutica que permite el desarrollo de una «marca personal» con la que situarnos en el mercado en una posición ganadora (Alonso y Fernández Rodríguez, 2024).

La autoayuda financiera emerge en medio de una crisis del *management*, donde el modelo de referencia de las empresas son los gigantes tecnológicos y la especulación financiera, a la vez que el marco referencial se desplaza del sujeto trabajador al sujeto emprendedor, convertido este último en la referencia moral contemporánea (Alonso y Fernández Rodríguez, 2024; Ampudia de Haro, 2014; Fernández Rodríguez, 2022; Serrano Pascual y Fernández Rodríguez, 2018). En nuestro tiempo surge un nuevo significado del trabajo, donde buena parte de la juventud ya no se cree la autorrealización, el desarrollo, el entusiasmo y el amor hacia el trabajo. La fagocitación de la crítica artista que sucede a finales de los años sesenta, que reinventa un capitalismo aparentemente más humanista, creativo y feliz (Boltanski y Chiapello, 2002; Cabanas e Illouz, 2019) deja de ser útil para adherir y centralizar el trabajo en las vidas de las generaciones que han visto, crisis tras crisis, la imposibilidad de acceder a una carrera profesional estable. Frente a la incertidumbre, la inseguridad y la precariedad, la autoayuda financiera emerge como una escapatoria individualista a un mundo devastado, en línea con otras prácticas de autogestión personal propias del *management* postmoderno (Alonso y Fernández Rodríguez, 2024).

La crisis de la vivienda es un problema presente en las principales metrópolis del mundo, en las que numerosos ciudadanos y familias encuentran cada vez más dificultades en acceder a un espacio en el que habitar y desarrollar sus vidas. De esta forma, el hogar, entendido como espacio de protección, seguridad e intimidad, está en peligro. Al mismo tiempo, las formas de estructurar y organizar este espacio de la vivienda producen una determinada forma de ser y estar en sociedad. Para trasformar el hogar en una inversión en capital hay que hacer innumerables operaciones afectivas, que expulsen de alguna forma esos elementos asociados al apego emocional y la sociabilidad que caracterizarían al hogar clásico (ver por ejemplo Jesus y Schneider, 2023) para convertirlo en un producto mercantilizado y susceptible de rentabilización financiera.

No partimos de una concepción idílica del *calor del hogar*, entendiendo a este como un lugar acogedor y feliz donde las personas se sentían seguras: la literatura feminista ha demostrado cómo el hogar en demasiadas ocasiones ha estado marcado por los conflictos, abusos y violencia propios de las estructuras familiares patriarcales (Segato, 2018; Ahmed, 2019). Lo que queremos problematizar en este trabajo es más bien lo que denominaríamos el *frío del hogar neoliberal* (que de hecho podría denominarse simplemente *inmueble neoliberal*, despojado de esos elementos de calidez emocional asociados tradicionalmente a la casa propia). Arlie Russell Hochschild (2008) problematiza el enfriamiento de nuestra vida afectiva, es decir, el hecho de que cada vez podamos esperar menos los unos de los otros. En esta misma línea queremos explorar cómo la autoayuda financiera transforma las *reglas del sentimiento* (son las normas sociales que nos dicen cómo tenemos que sentir, qué sentimientos expresar y qué juicios emitimos sobre ellos) en nuestra relación con la vivienda.

Marc Augé (2020) hablaba del esparcimiento y la extensión de los *no-lugares* en la *sobremodernidad*. Estos son lugares plagados de soledad, que no producen identidad, relación o historia. En este contexto, encontramos un mundo urbano globalizado que expulsa a las gentes de menor poder adquisitivo, que deja cada vez menos lugar a las personas. En este trabajo queremos indagar en cómo la autoayuda financiera produce el hogar como un *no-lugar*. Nuestro objetivo es examinar y analizar los discursos y la política afectiva de estos inversores a partir de sus comunicaciones en YouTube e Instagram, explorando la intersección de subjetividades neoliberales, emociones y el espacio.

1. METODOLOGÍA

Los conocimientos que se producen y distribuyen en las redes sociales son importantes para explicar las formas de ejercer el poder en los tiempos psicopolíticos y algorítmicos que nos conforman actualmente, y que favorecen una aproximación multidisciplinar en la que la sociología y la psicología social críticas pueden aportar hallazgos interesantes. Partimos de un abordaje metodológico que integra elementos de un análisis del discurso sociohermeútico y crítico (Íñiguez-Rueda, 2006; Alonso, 2013) con la propuesta de Gillian Rose (2021) para examinar la dimensión multimodal (las imágenes y el audio), elaborando y aplicando una rejilla de análisis que nos

permita dilucidar el imaginario presente en el discurso de los inversores inmobiliarios sobre el hogar neoliberal. Se van a seguir para ello determinados hilos discursivos que emergen en los discursos de los *influencers* inmobiliarios.

En esta investigación, nos hemos centrado en una muestra de cuentas de YouTube e Instagram que seguimos durante quince meses (enero de 2023-abril de 2024), así como se ha analizado también contenido producido anteriormente. Los criterios de selección de las cuentas de Instagram y los canales de YouTube fueron los siguientes:

1) seleccionamos solo cuentas españolas;

2) su principal temática tiene que ser la inversión inmobiliaria;

3) hacen alusión a la libertad financiera o al emprendimiento.

Con el fin de refinar la muestra, excluimos: 1) cuentas centradas en inversión inmobiliaria fuera de España; 2) canales de educación financiera que mencionan la inversión inmobiliaria pero no es el eje principal de su contenido; 3) canales de agentes inmobiliarios; y 4) canales con menos de treinta mil seguidores. En total, hemos analizados ocho canales y cuentas de *influencers* y *youtubers*, los más populares en la autoayuda financiera inmobiliaria (se detallan al final del artículo).

Respecto al contenido, además de las alusiones a la inversión inmobiliaria, hemos centrado nuestra atención en los siguientes temas: 1) contenidos relacionados con las políticas neoliberales en contra del estado de bienestar, 2) la política afectiva y las reglas de sentimiento (Ahmed, 2014; Illouz, 2007; Hochschild, 2008), 3) libertad financiera (Fridman, 2019); y 4) referencias a la política temporal (Rosa, 2016; Han, 2015). El corpus del análisis de YouTube se basa en las listas de reproducción creadas, la descripción del canal, sus imágenes de presentación (su autodescripción), la imagen miniatura de los vídeos, los comentarios y algunas composiciones audiovisuales de los vídeos. En lo referente a Instagram, analizamos la publicidad, las historias destacadas, la descripción de la cuenta, los enlaces a otras páginas web presentes en la mismas y las historias. En relación con el criterio de saturación, cerramos la muestra cuando nuevos contenidos que aparecían no implicaban una diferencia significativa respecto a los seleccionados previamente (Alonso, 2013). Ocasionalmente, hemos hecho referencia a materiales generados por estos *influencers*, como libros.

Hemos analizado las siguientes cuentas de YouTube e Instagram, que a día de 8 de octubre de 2024 cuentan con estos seguidores (el primer dato indica los seguidores en Instagram y el segundo los de YouTube): Liber-

tad.inmobiliaria (149 mil y 100 mil); Cesarriveroo (126 mil y 92.4 mil); Josemunoz.pro (92 mil y 194 mil); Urivyce (105 mil y 216 mil); Pau_anto (61.9 mil y 92.2 mil); Josema.sg Airbnb (59.6 mil en Istagram, su cuenta de Youtube cuenta con muy pocos seguidores); Javiermedinaf (24 mil y 51.9 mil), y vivir_de_rentas (18.4 mil y 36.3 mil). Es interesante mencionar que durante el año que hemos estado siguiendo estas cuentas la crisis de la vivienda y del alquiler en España ha ido agudizándose, a la vez que los seguidores de estas cuentas han ido aumentando considerablemente: algunas de ellas han duplicado sus seguidores, otras han aumentado entre un 20 y un 30 %, y unas pocas se han mantenido. En las siguientes secciones del artículo desarrollaremos nuestro análisis de los contenidos que difunden estos *influencers*, agrupados fundamentalmente en dos secciones: una primera en la que nos centraremos en el activismo anarcocapitalista que promueven, con referencias a sus estrategias de inversión, su público objetivo y su intervención política en la sociedad; y una segunda en la que nos centraremos en su paradójica promesa de seguridad financiera frente a la inseguridad del mundo, que les permite la construcción simbólica de ese *no-lugar*, el inmueble de inversión, en el que invertir.

2. AUTOAYUDA FINANCIERA INMOBILIARIA EN INSTAGRAM Y YOUTUBE Y ACTIVISMO ANARCOCAPITALISTA

Los *influencers* inmobiliarios promueven distintas estrategias de inversión, a veces con perspectivas contrapuestas, aunque la mayoría defiende articular distintas formas de invertir en función de los objetivos de cada uno. Las más promulgadas son las siguientes: comprar para alquilar (con o sin hipoteca); comprar, aportar valor, vender (pisos okupados, cambio de uso de locales, viviendas a medio construir, pisos para reformar); comprar, reformar, vender (*flipping house*); alquilar para realquilar por habitaciones (*rent to rent*); la compra conjunta de un inmueble por miembros de una comunidad de inversión, etc. La aplicación de cada estrategia puede tener distintas consecuencias sociales. La estrategia que mejor encarna el sueño de vivir sin trabajar puede ser la de comprar para alquilar, ya que ofrece ingresos recurrentes con un mínimo esfuerzo. Sin embargo, son especialmente interesantes las modalidades del *rent to rent*, esto es, la compra de una habitación para alquilar y la inversión *comunitaria*, ya que reducen enormemente la barrera de acceso a la inversión inmobiliaria. Tal vez, el

éxito de estos *influencers* es saber vender y expandir el sueño rentista como algo posible, fragmentable y para todo el mundo.

El género es un factor relevante en los canales más populares de inversión inmobiliaria: este hecho es congruente con los trabajos de Daniel Fridman (2019), donde se afirma que la literatura de autoayuda financiera es producida y consumida principalmente por hombres. Algunos mandatos de la masculinidad hegemónica pueden estar influyendo en este proceso, dentro de una corriente antifeminista muy presente en las redes sociales (Medina-Vicent, 2023). Los hombres con el mandato de ser proveedores pueden buscar unos ingresos extra a través de la inversión inmobiliaria; sin embargo, la idea misma de vivir sin trabajar resignifica en buena medida su sentido. Lo que observamos es que se masculiniza el hogar, en cuanto que se desplaza el mandato de producción a la vivienda: el piso trabaja, provee, se constituye como un espacio de identidades independientes que niegan la interdependencia, ayuda a estos hombres a construir un ensamblaje que les protege de la vulnerabilidad y la fragilidad, rasgos tradicionalmente prohibidos por la masculinidad tradicional (Connell, 1997). El sueño de vivir de rentas a través de la inversión inmobiliaria está producido principalmente por cuentas masculinas. Son jóvenes, todos rondan la treintena. A pesar de que otro tipo de *influencers* de emprendimiento y de autoayuda financiera pueden llegar a tener millones de seguidores, estos llegan como máximo a doscientos mil. La relevancia de este tipo de creadores de contenido radica en su influencia en decisiones que son trascendentales para la vida de sus simpatizantes y seguidores, y en su capacidad para incidir en el mercado inmobiliario. Están presentes tanto en Instagram como en YouTube, y algunos cuentan con libros y pódcast con los cuales expandir su mensaje. Pero ¿a qué se dedican estos canales?

Uno de los principales propósitos de estos *influencers* es hacer activismo, influir en la cultura, como podemos observar en la figura 1; para ello se asocian con representantes muy populares del anarcocapitalismo (Huerta de Soto, 2007), como Juan Ramón Rallo, que tiene un canal de YouTube con más de 728 mil seguidores y seguidoras, o CryptoSpain, un experto asesor en elusión fiscal. También observamos a Carlos Galán (2024) en la primera imagen de esta serie, donde escribe una consigna neoliberal: «Independízate de Papá Estado» en formato protesta en el espacio público (es a la vez el título de uno de sus libros). Esta imagen puede ser muy ilustrativa de lo que representa el canal de YouTube o la cuenta de Instagram, un lugar de protesta y activismo individual que se colectiviza en el espacio

público digital. Afirman que la cantidad de impuestos que pagan convierte al Estado en un socio indeseable de la inversión (especulación) inmobiliaria.

Figura 1. La manifestación ideológica de los *influencers* de inversión inmobiliaria.

Fuentes: Libertad Inmobiliaria (2023); canal Uri Vyce (17 de septiembre de 2023) y canal Uri Vyce (24 de julio de 2022).

También lo vemos en el vídeo de presentación del canal José Muñoz (vídeo del 14 de abril de 2024, 1 min 04 s) , que afirma lo siguiente:

> He aprendido que el dinero es una herramienta que solo sirve para evitar los problemas que supone no tenerlo, por eso el verdadero objetivo va más allá de acumular dinero o propiedades, tiene que ver con darle significado. Por ejemplo: mi padre que se acaba de jubilar hace unos días, después de muchos años cotizando como autónomo, le ha quedado una pensión de en torno a 800 euros, pero gracias al trabajo durante los últimos años con la inversión inmobiliaria hemos conseguido que tenga un pequeño patrimonio que le va a generar un complemento a esa pensión suficiente para no tener que preocuparse por el dinero. En mi caso el sentido ha sido construir un patrimonio que me da seguridad y libertad… Hay una serie de personas que piensan que no tienen vivienda porque otras personas tienen dos o tienen tres viviendas, hay una serie de personas que piensan que el problema de la vivienda lo generan precisamente los que ponen la solución… Este canal me ha permitido exponer mis ideas, confrontarlas, debatir acerca de ellas y sobre todo trasladarlas a otros… Quiero recordarte esa frase de Galeano que dice que mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo. En nuestro caso, no sé si el mundo pero confío en que entre todos podamos cambiar el mercado (Transcripción).

Este *influencer* nos confiesa que la inversión inmobiliaria no solo le ha traído dinero a su vida, sino que le ha dotado de sentido proporcionándole seguridad y libertad. Y es que los discursos de la autoayuda financiera inmobiliaria van a construir su sentido a través de esa promesa de seguridad y libertad en un contexto de inseguridad y falta de libertad latente. En la imagen del vídeo vemos planos medios y cortos, a veces muy cercanos al rostro para transmitir las emociones del protagonista, de esta forma el *influencer* conecta con los sentimientos de su audiencia. Nos habla con una voz calmada, serena, y nos explica su historia personal. Con el ejemplo del padre, evoca el miedo y el problema a que la pensión por jubilación del futuro no alcance y apunta como remedio a este desafío la inversión inmobiliaria. Habla del canal de YouTube como una herramienta ideológica para incidir en el debate público sobre la vivienda, sobre sus causas y soluciones. En su discurso describe a los inversores e inversoras inmobiliarios como pequeños héroes que vienen a solucionar la crisis de la vivienda y a trasformar el mercado. Cita incluso a Eduardo Galeano, un referente para la izquierda política que está en sus antípodas ideológicas: «mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo». Esta estrategia de confusión le sirve para apropiarse de un mensaje progresista de transformación social y lucha colectiva de «la gente pequeña», de «los *nadies*», para defender sus posiciones individualistas promercado.

3. LA INSEGURIDAD EN LA ATMÓSFERA EMOCIONAL NEOLIBERAL: LA VIVIENDA COMO *OBJETO SEGURO* Y LA INVERSIÓN INMOBILIARIA

Sara Ahmed (2019) nos habla de los objetos felices, que pueden ser objetos materiales, relaciones, acciones, etc. A dichos objetos se vincula la promesa de la felicidad, y en cierta manera las personas son orientadas para seguir ciertos itinerarios vitales a través de la búsqueda de estos objetos. El hogar, hoy en día, aparece también como un objeto feliz; sin embargo, estos *influencers* construyen el hogar como un objeto seguro que vehicula una promesa de seguridad.

El declive del estado de bienestar, la flexibilización y precarización del empleo y la inflación han inundado la vida de inseguridad e incertidumbre, lo cual constituye uno de los principales elementos de la atmósfera emo-

cional neoliberal (Ahmed, 2014). Frente al (des)orden afectivo del neoliberalismo (Rendueles, 2017), la inversión inmobiliaria promete seguridad. Popularmente se la conoce como un valor refugio, un valor seguro, tangible, estable, en comparación con otros productos de inversión. Alrededor de la vivienda y el negocio inmobiliaria estos canales encauzan esta inseguridad. En su contenido, pero sobre todo también en su publicidad, atraen a sus seguidores apelando a la vulnerabilidad del individuo contemporáneo y su falta de asideros. Hablan de la crisis de las pensiones, del malestar del trabajo, de la guerra empresarial para hacerse con la práctica totalidad del tiempo de sus trabajadoras, de la inflación, etc. Veamos algunos ejemplos:

> […] el camino de estudia, busca un buen trabajo, asciende y ten una buena casa ya no funciona. La única alternativa para recuperar la libertad que tenías (¿sí, todavía recuerdas cuando eras rico en tiempo o ya lo has olvidado?) es generar dinero mientras duermes) (Galán, 2022, contraportada de su libro).

> […] o actúas o te quedas solo en la estacada, nadie va a hacer nada por ti, si te piensas que el Estado te va a rescatar, espérate sentado, no hay dinero, España es pobre y depende de otros países, no dependas tú de España (canal Uri Vyce, 21 de enero de 2021).

El recorrido laboral tradicional propio de la sociedad del estado de bienestar ya no funcionaría. La alternativa, la reacción al ataque a la libertad del tiempo y a la seguridad de la ciudadanía del neoliberalismo se construye alrededor de los ingresos pasivos, que se convierten en la única respuesta posible. Nos animan a actuar porque estamos solos: o invertimos y construimos nuestra seguridad por nuestra cuenta, o no podremos depender de nadie para hacerlo. El ejemplo de las pensiones lo utilizan todos los canales para incentivar a la gente a invertir en inmuebles: todos estos *influencers* denuncian que la juventud no llegará a tenerlas y que, si no hacen nada al respecto, en su vejez no tendrán ninguna seguridad.

Frente a las crisis constantes del neoliberalismo, ¿cómo convencer a la gente de que se endeude, o invierta todos sus ahorros en vivienda? Así lo hace Carlos Galán en el canal Libertad Inmobiliaria (vídeo del 11 de septiembre de 2022, 8 min 05 s):

> Si hay una crisis prefiero tener más fuentes de ingreso, porque no sé tú, pero si efectivamente viene una crisis, una recesión o un momento complicado, en el que pueda caer mi sueldo o pueda tener problemas en el trabajo, yo prefiero tener más fuentes de ingresos, porque esto me va a hacer más libre y menos dependiente de una sola fuente ingresos. De alguna manera debemos decidir dónde poner el miedo, fíjate cuando un gato está cara a cara, de frente con un perro, se queda paralizado, el miedo lo paraliza; sin embargo, cuando el perro está detrás, el gato corre y huye, podemos decir que el miedo, le empuja a avanzar. Pienso que lo mismo podemos hacer con nuestro miedo a la crisis o a las circunstancias económicas. Por ejemplo, ¿tienes miedo a que haya menos trabajo? La opción 1: pones el miedo delante de ti y te quedas paralizado, no haces nada, rezas para que sea leve, pase rápido o no te toque a ti. La opción 2: si pones el miedo detrás de ti, te empuja a correr y a hacer algo. Si volvemos al ejemplo de la inversión, puede ser comprar un inmueble, que te vayan llegando unas rentas mensuales y eso te haga más *antifrágil*, menos vulnerable, porque tendrás otras fuentes de ingreso, algo que para mí es muy recomendable en caso de crisis (Transcripción).

La inestabilidad e inseguridad en el empleo promueve la inversión inmobiliaria. En el centro de todo se coloca el miedo a la crisis. La metáfora del perro y el gato es muy reveladora: el inversor inmobiliario al que se apela no es un depredador, no es un tiburón de las finanzas, no es el perro que persigue al gato. En las dos opciones que nos da, podemos ser la presa paralizada o la presa que utiliza el miedo para avanzar, huir, de la vulnerabilidad y fragilidad estructural que nos envuelve (nótese la reproducción del mandato de negación de la vulnerabilidad de la masculinidad tradicional). Este contenido pretende cambiar nuestras reglas de sentimiento (Hochschild, 2008): su intención es la de intervenir, resituar e instrumentalizar el miedo para una huida individual hacia adelante.

Otro ejemplo claro de la instrumentalización de la inseguridad se muestra cuando estos *influencers* hablan de la inflación: así lo hace @Pau_Antó en la figura 2:

Figura 2. La inflación en los sentidos y la movilización del miedo.

Fuente: @Pau_ Antó (20 de junio de 2024).

Una foto del aceite de oliva, con el precio del año 2023 y el de 2024. La alimentación, en los últimos tiempos, es uno de los sectores donde la inflación ha golpeado más fuerte. El aceite de oliva en particular, cuyo precio se ha disparado especialmente (llegó a costar casi diez euros) y cuyo consumo se vincula tanto a la cultura española y sus costumbres, es muy significativo. Esta imagen, que tiene una gran carga afectiva y que interpela al dolor cotidiano que sufren muchas familias cuando van a hacer la compra, es encauzado hacia la inversión inmobiliaria. Para defendernos de la inflación debemos tener ingresos pasivos. El hogar se convierte en un objeto que promete seguridad cambiando las reglas de sentimiento del hogar, y la orientación de estos canales se nutre de la energía que le proporciona el miedo y que, ahora, es puesta a trabajar.

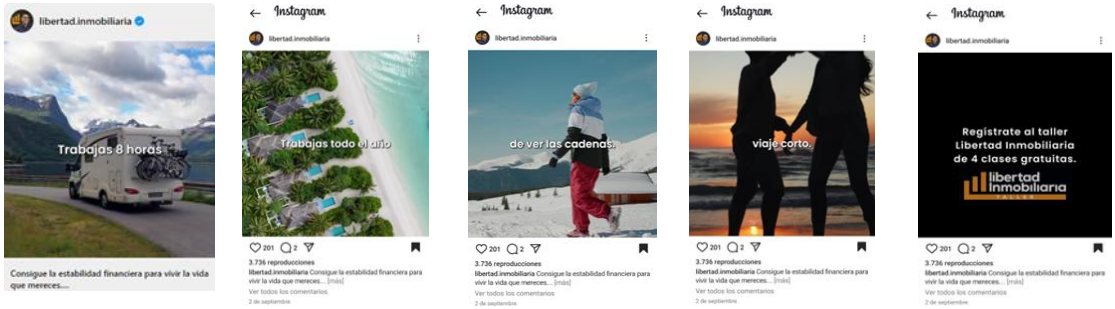
El malestar por la política temporal del neoliberalismo (Rosa, 2016) en el trabajo, con organizaciones laborales que cada vez piden más tiempo, identificación y dedicación a sus empleados, también supone un factor

relevante que canaliza la inversión inmobiliaria. Lo podemos comprobar en un vídeo de Instagram titulado *Soy el dueño de mi tiempo* donde Pau Antó (9 de enero de 2024, 0 min 1 s) entrevista a uno de sus alumnos:

> Yo era una persona que salía de su casa a las 8:30 y volvía cerca de las 10 de la noche. Gastaba entre dos baterías y dos baterías y media de móvil al día. Mi vida ahora la verdad que ha cambiado 180° con este tipo de inversiones que estamos desarrollando. Realmente soy el dueño de mi tiempo. Hay que trabajar, hay que hacer cosas, esto no es un camino de rosas, pero si me puedo permitir una mañana no trabajar o estar por las tardes con mis hijas, ese tiempo yo creo que no se paga con dinero.

Las jornadas laborales de catorce horas, el extractivismo energético que realizan algunas empresas a sus trabajadores, representado por esas dos baterías y media del móvil que consumía este trabajador al día, que apenas podía ver a sus hijas. Son un alegato muy tentador para todos aquellos que viven con esa distorsión en su relación con el tiempo. El hambre de tiempo y la excesiva jornada laboral (Rosa, 2016; Schor, 1994) son instrumentalizados por estos discursos. Lo podemos ver también en la publicidad de @Libertad_inmobiliaria que presentamos en la figura 3:

Figura 3. El hambre de tiempo y la libertad financiera.



Fuente: @Libertad_inmobiliaria, 2 de septiembre de 2024.

Este anuncio conecta con el malestar de no tener tiempo, la falta de libertad de quien vive solo cuatro horas de su día, quien duerme solamente cinco horas, viaja poco y trabaja mucho. Aparentemente es un mensaje reivindicativo, se rebela contra las normas establecidas, contra las cadenas de la política temporal del neoliberalismo (Rosa, 2016; Han, 2015). Mientras que el lenguaje verbal nos habla de una vida gris, las imágenes nos presentan escenarios de viajes, naturaleza, aventura, diversión, una vida intensa, donde la gente va a playas paradisiacas, esquía, se tira en paracaídas, baila al atardecer. La miniatura elegida (la autocaravana) es una buena representación de las subjetividades y los hogares neoliberales, un lugar cuyo movimiento conforma su contexto, su espacio y su tiempo. La vida misma aparece como un viaje corto que el trabajo no nos permite disfrutar. Al final del vídeo aparece publicitado un taller de inversión inmobiliaria, que nos promete estabilidad financiera para poder vivir con libertad.

Paradójicamente, construir la vivienda como un objeto seguro en un contexto de escasez de viviendas y de crisis habitacional tan pronunciada fomenta más inseguridad social en quienes buscan una vivienda para simplemente vivir. La libertad del tiempo de unos encadena con más fuerza a los demás a su trabajo. Y al mismo tiempo, ese objeto seguro es convertido en una mercancía susceptible de compra y venta, para lo que hacen falta innumerables operaciones afectivas sobre el hogar. Daniel Fridman (2019: 24) cita a Michel Callon para explicar este proceso.

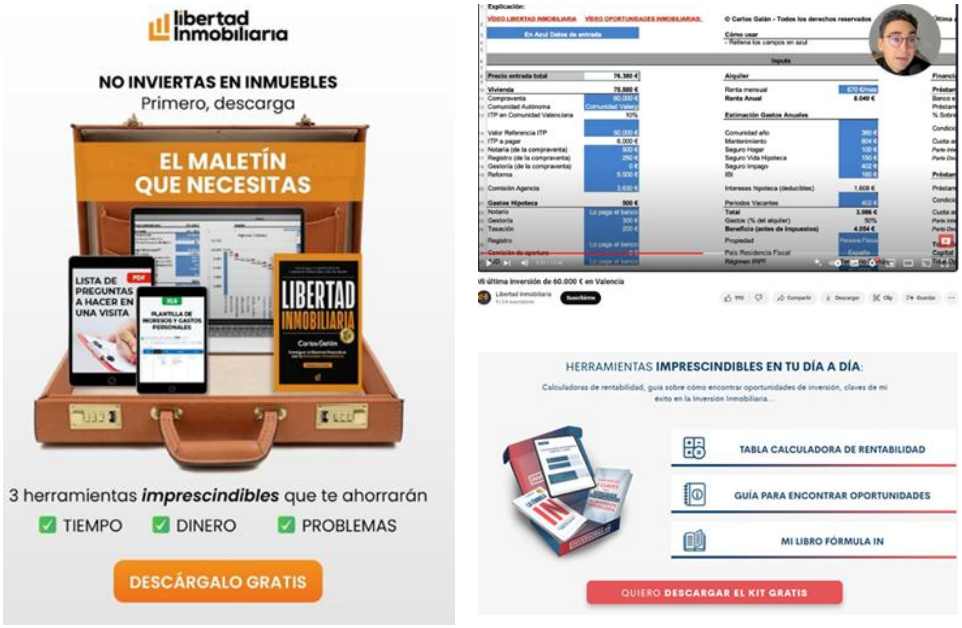
Para Callon, el *homo economicus* es, en esencia, una forma de cálculo; cálculo que no consiste en un puro proceso mental, sino que involucra colaboración entre actores humanos y no humanos. Callon denomina «agencias de cálculo» a esa colaboración: un ensamble de seres humanos y herramientas de cálculo que constituye el verdadero *homo economicus*. Fórmulas, herramientas contables, balances, listas, computadoras y formas diversas de conocimiento (la ciencia económica en particular) se consideran «prótesis» mediante las cuales las personas se convierten en actores de mercado calculadores.

Los *influencers* de la inversión inmobiliaria frecuentemente hablan de calculadoras de rentabilidad. Desde esta perspectiva, las calculadoras de inversión producen subjetividades, aunque debemos añadir que lo hacen a través de operaciones afectivas: modulan la relación entre los hogares y los sujetos, no solamente para los productos de inversión (los pisos que compran para hacer negocio), sino también para los productos que consumen (las viviendas donde viven). Todos ellos viven de alquiler, solo

son propietarios como inversionistas, y aplican sus calculadoras de rentabilidad para tomar decisiones. Las viviendas relativamente caras no son rentables para vivir (entorno al 3-4 % de rentabilidad) y las prefieren alquilar, también aconsejan a todo el mundo hacer lo mismo. Como consecuencia, la mirada con la que los sujetos perciben el hogar siempre está mediada por dicho cálculo. Así, la dimensión histórica, relacional, identitaria del hogar se vuelve *a priori* más provisoria.

En la figura 4 podemos ver publicidad de las cuentas Libertad Inmobiliaria y del *influencer* José Muñoz. El pack incluye una calculadora de inversión, un libro y una guía:

Figura 4. La política afectiva de las calculadoras de rentabilidad.



Fuentes: @libertadinmobiliaria (2023); canal Libertad Inmobiliaria (7 de marzo de 2024, 6 min 34 s); @josemuñoz en Inversores.in (2024).

Este distanciamiento emocional respecto a la vivienda conseguida a través de la política afectiva del Excel hace que pisos poco atractivos para vivir se perciban como la mejor decisión para invertir. En la modalidad de comprar para alquilar o del *rent to rent* sobre todo, la rentabilidad en los

barrios obreros es muchísimo más grande (9-12 %) que en otros barrios. En el canal Uri Vyce (vídeo del 21 de enero de 2021) podemos observar cómo nos recomiendan específicamente comprar en barrios obreros, sin ascensor, en la periferia de las ciudades. Al parecer, los pisos de la clase trabajadora canalizan una gran parte de la inversión que recomiendan estos *influencers*. Las calculadoras de rentabilidad orientan la inversión hacia esas viviendas; es decir, atacan y dificultan vivir en ellas en propiedad, cuando antes estas eran más baratas y contaban con una menor barrera de acceso para comprar y vivir. Este hecho vuelve a enfrentar internamente a las clases obreras, ya que beneficia a los propietarios de clase popular que venden esas viviendas, proporcionándoles también el «derecho a especular» (Carmona Pascual, 2022) a costa de dificultar el derecho a la vivienda digna de los trabajadores sin propiedad.

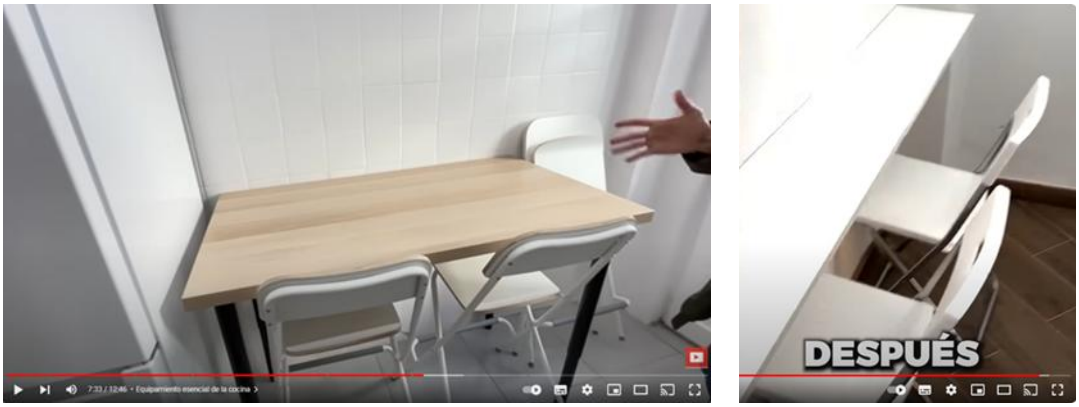
En la misma línea, en un vídeo de Libertad Inmobiliaria (vídeo del 20 de abril de 2024) se sostiene un cartel reivindicativo que nos recuerda que «no es un piso para ti». En este sentido, la inversión inmobiliaria congela el hogar, promueve un distanciamiento con este, un enfriamiento de la relación de la vivienda con sus propietarios. Uno de los eslóganes que más repite el *influencer* Carlos Galán dice lo siguiente: «lo que no son cuentas, son cuentos». Esta frase, que viene a reforzar la idea de que hay que utilizar las calculadoras de inversión y no dejarse llevar por el encanto de una casa, refleja al mismo tiempo otro fenómeno *a priori* menos obvio: la crisis de la narración del hogar. Las cuentas pretenden acabar con todos los cuentos del hogar. La vivienda deja de ser testigo de nuestra historia. Sus objetos y sus paredes dejan de contener nuestros recuerdos y experiencias.

El diseño de los espacios también produce una determinada manera de ser y estar en el mundo. En España, el alquiler por habitaciones ha crecido un 42 % en 2024 (Idealista, 2024). Este modelo habitacional, típico de principios del siglo XX, vuelve a coger fuerza y se expande más allá de los/las estudiantes y los/las trabajadoras estacionales que hasta ahora abarcaba. Cada vez más personas que no pueden ni soñar con comprar un hogar, ni pueden asumir alquilar un piso en la ciudad, se resignan a alquilar una habitación (a veces incluso compartida). Las personas que se divorcian, las madres solteras, las personas migrantes y la juventud tienen serias dificultades para acceder a un hogar completo. La propuesta de regular el alquiler tradicional también ha fomentado el auge de este modelo habita-

cional, el cual parece la única solución que está ofreciendo el libre mercado en las ciudades con mayor dinamismo económico.

Tanto el *rent to rent* como el alquiler por habitaciones son estrategias de inversión que hacen desaparecer el salón y reducen enormemente los espacios comunes de convivencia en una vivienda. El salón se convierte en otra habitación para alquilar y multiplicar la rentabilidad del inmueble. Veamos cómo lo muestran Carlos Galán y Javier Medina en sus vídeos:

Figura 5. La desaparición de los salones:



Fuentes: canal Libertad Inmobiliaria (25 de enero de 2023) y canal Libre a los 30 (14 de mayo de 2024, 1 h 50 min 04 s).

Podemos observar el reducido espacio para comer juntos en estos pisos. Vemos sillas plegables, mesas para una o dos personas. El hogar se vuelve algo hermético para el exterior: no hay lugar para las visitas, para los otros, solo un pequeño sitio para uno mismo. Vivimos en la época de la expulsión de lo distinto (Han, 2022), pero ¿la gente está dispuesta a vivir sin salón? Los *youtubers* afirman que hay personas que prefieren vivir sin salón, porque no quieren que sus compañeros de piso, que son unos desconocidos, reciban visitas o hagan fiestas. También lo podemos apreciar en los comentarios de este vídeo de Carlos Galán (25 de enero de 2023), donde un hombre comenta lo siguiente:

> Antes de ser propietario este era el tipo de alquiler que siempre he buscado, habitaciones individuales sin salón, solo una *office* y ya, precisamente porque el mayor problema de la convivencia es la intimidad y las zonas comunes. Lo de la limpieza contratada merece mucho la pena. Lo dicho, muy buen modelo de negocio, tanto para el arrendador como el inquilino, perfectamente adaptado a la función que se pide (Kerigma89, 17 de octubre de 2023).

Existen personas que prefieren no tener zonas comunes, no compartir espacios para evitar problemas de convivencia. Lo cual revela que no solo por imposición, sino también por deseo, la estructura de los hogares está mutando en espacios más reducidos e individualizados (Beck y Beck-Gernsheim, 2003), y cada vez más volcados en asimilarse a oficinas y espacios de trabajo.

4. CONCLUSIONES: EL HOGAR COMO *NO-LUGAR* Y LA DESAPARICIÓN DE LO COMÚN

A lo largo de este trabajo hemos analizado cómo las redes sociales se convierten en una herramienta de difusión ideológica donde los principales *influencers* de la inversión inmobiliaria hacen un activismo anarcocapitalista que construye la mirada neoliberal hacia el problema de la vivienda. Al mismo tiempo, hemos mostrado cómo la autoayuda financiera inmobiliaria en Instagram y YouTube está producida principalmente por hombres y cómo a través de la inversión el hogar se masculiniza patrocinando un espacio de identidades independientes donde se niegan la interdependencia y la vulnerabilidad. Hemos observado cómo sus discursos cobran sentido en medio de una atmósfera emocional neoliberal (Ahmed, 2014), donde prevalecen la inseguridad y la falta de libertad, y cómo estos discursos transforman las reglas de sentimiento del hogar utilizando el miedo como combustible que moviliza la acción. Hemos discutido el concepto de objeto seguro para entender cómo el hogar neoliberal obvia la promesa de felicidad (Ahmed, 2019) para vehicular en su lugar la promesa de seguridad, que el empleo, la educación formal y el estado de bienestar ya no pueden garantizar. Asimismo, hemos analizado cómo la falta de libertad se expresa en una presión temporal basada en la sensación de sentir una cierta alienación con el tiempo (Rosa, 2016): la inversión inmobiliaria ofrece también la promesa de saciar de tiempo nuestras vidas, de devolverles el aroma de

la libertad (Han, 2015) en un contexto donde las políticas temporales del neoliberalismo (particularmente en el espacio del trabajo y las culturas corporativas) se vuelven totalitarias (Alonso y Fernández Rodríguez, 2024). Y pese a ello, y por seguir a Rosa de nuevo (2019), esa libertad no permite alcanzar esa *resonancia* deseada, una vez que la mera búsqueda de fría rentabilidad impide una conexión viva y transformadora con los demás. De hecho, en estos discursos se construye una subjetividad en base a la autonomía e independencia de sujetos invulnerables, lo cual niega tanto la dependencia real de todo sujeto humano como la base de las relaciones sociales en las que se sustenta esta asunción, y genera así una profunda alienación individual.

Este recurso al cálculo monetario y rentabilización de todo es, eso sí, coherente con la consolidación de una sociedad de las métricas: como señala Mau (2019), la sociedad actual está cada vez más organizada en torno a la medición, los indicadores y las clasificaciones numéricas, lo cual crea nuevas jerarquías sociales y transforma las relaciones de confianza, competencia y autoestima. La capacidad de rentabilizar inversiones jerarquiza a los individuos y les proporciona autoestima y una mayor seguridad en sí mismos, viéndose como triunfadores en un mercado despiadado. En este espacio cuantificado, se disuelven las narrativas personales, de modo que se deriva en una forma de entender la vida más fragmentada (ver López Mondéjar, 2024).

Seguidamente hemos analizado el papel que tiene la política afectiva de las calculadoras de rentabilidad en la actual crisis de la vivienda. Estas herramientas promueven un distanciamiento emocional y un enfriamiento afectivo respecto al hogar. Además, estos actantes calculadores orientan la inversión en los barrios de la clase trabajadora, mucho más rentables que los barrios más adinerados, lo cual acaba haciendo que se fragmenten los intereses de la clase trabajadora sin propiedad y de la propietaria. Posteriormente nos hemos enfocado en cómo este tipo de literatura modula los espacios del hogar y cómo los espacios modulan también las subjetividades neoliberales. Hemos señalado cómo el alquiler por habitaciones está creciendo enormemente y está reconfigurando el espacio de las viviendas en un *no-lugar*, eliminando los salones y reduciendo enormemente los espacios comunes de convivencia. Esta desaparición de lo común muestra un hogar congelado, individualizador, cerrado al exterior.

Las futuras leyes que pretendan regular el mercado del alquiler deberían tener en cuenta la organización social de los inversores, las distintas estrategias con las que cuentan, sin olvidar que esto es un movimiento global. Efectivamente, hay *influencers* más pequeños que intentan canalizar la inversión inmobiliaria a otros países, invitan a invertir con márgenes mucho más atractivos en ciudades como Batumi o Dubái (por ejemplo @invierteenbatumi). De hecho, en nuestro país la inversión extranjera está en máximos históricos, siendo estas transacciones inmobiliarias de alrededor del 20 % del total, llegando en algunas provincias al 52 %, como en Alicante, o al 38 %, en Málaga y Baleares (Díaz Izquierdo, 2024: 53).

Tradicionalmente la vivienda ha tenido un valor de refugio, una inversión segura, un vehículo de ahorro para buena parte de las familias españolas; sin embargo, el sueño de vivir sin trabajar, el sueño del *rentismo popular* actual es muy diferente. Poner al hogar a producir significa en buena medida querer maximizar su rendimiento constantemente. Los hogares congelados de las calculadoras de rentabilidad «desven» (por utilizar la expresión de Mirzoeff, 2016) las necesidades humanas de las personas que habitan el espacio y la inestabilidad que generan sus rentabilidades. Paradójicamente, la construcción de la vivienda como un objeto seguro, que apela a la inseguridad del (des)orden afectivo de la atmósfera emocional neoliberal produce un bucle de inseguridad social donde el crecimiento personal de ciertas personas se basa en el decrecimiento de lo común y del espacio vital de las demás. La organización social de los afectos construye materialidades del hogar y estos discursos de los *influencers* inmobiliarios conforman subjetividades para articular una huida individualista al malestar social, a la vez que construyen, reforman y decoran el hogar neoliberal.

BIBLIOGRAFÍA

Ahmed, Sara (2014). *La política cultural de las emociones*. México D.F.: UNAM. Trad. Cecilia Olivares Mansuy.

Ahmed, Sara (2019). *La promesa de la felicidad*. Buenos Aires: Caja Negra. Trad. Hugo Salas.

Alonso, Luis Enrique (2013). La sociohermenéutica como programa de investigación en sociología. *Arbor: ciencia, pensamiento y cultura,* 189(761), a035. https://doi.org/10.3989/arbor.2013.761n3003

Alonso Luis Enrique y Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2024) *Capitalismo y personalidad: Transformaciones de la identidad en la empresa contemporánea*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Amigot, Patricia y Martínez, Laureano (2022). Procesos de (auto)subjetivación en la trama neoliberal. Una aproximación a las técnicas de sí y sus condiciones de posibilidad. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 22(2), a2210.

Ampudia de Haro, F. (2014). El gobierno de la bancarrota: racionalidad neoliberal y educación financiera en Portugal. *Papers*, 99(3), 317-334. http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.609

Augé, Marc (2020). *Los no lugares*. Barcelona: Gedisa. Trad. Margarita M. Mizjari.

Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2003). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós. Trad. Bernardo Moreno Carrillo.

Boltanski, Luc y Chiapello, Ève (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo.* Madrid: Akal. Trads. Alberto Riesco Sanz, Marisa Pérez Colina y Raúl Sánchez Cedillo.

Cabanas, Edgar e Illouz, Eva (2019). *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Planeta.

CIS (junio de 2024). *Barómetro de junio 2024*. *Estudio nº 3463*. CIS. https://www.cis.es/documents/d/cis/es3463mar-pdf

Connell, Raewyn (1997). La organización social de la masculinidad. En Valdes, Teresa y Olavarría, José (Eds.). *Masculinidad/es: poder y crisis* (pp. 31-48). Santiago de Chile: Flacso. Trad. Oriana Jiménez.

Crespo, Eduardo (2018). Un enfoque social sobre las emociones. En Estramiana, José Luis Álvaro (Coord.). *La interacción social. Escritos en homenaje a José Ramón Torregrosa* (pp.165-183). Madrid: CIS.

Díaz Izquierdo, Javier (mayo de 2024). *La vivienda en España*. Instituto Español de Analistas. (Documento de trabajo n.º 37).

Espluga, Eudald (2021). *No seas tú mismo. Apuntes sobre una generación fatigada.* Barcelona: Paidós.

Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2022). *Cadenas, redes y algoritmos: una mirada sociológica al management*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Fernández Rodríguez, Carlos Jesús y Medina-Vicent, Maria (2023). Subjetividades neoliberales en la pospandemia: reflexiones desde la filosofía y la sociología. *Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi*, 28(2), 1-22. http://dx.doi.org/10.6035/recerca.7476

Foucault, Michel (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidós. Trad. Mercedes Allendesalazar.

Fridman, Daniel (2019). *El sueño de vivir sin trabajar: Una sociología del emprendedorismo, la autoayuda financiera y el nuevo individuo del siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo XXI. Trad. Elena Odriozola.

Galán, Carlos (2022). *Libertad inmobiliaria: consigue la libertad financiera con la inversión inmobiliaria*. Independently Published.

Han, Byung-Chul (2015). *El aroma del tiempo: un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona: Herder. Trad. Paula Kuffer.

Han, Byung-Chul (2022). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder. Trad. Alberto Ciria.

Hochschild, Arlie (2008). *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. Buenos Aires: Katz. Trad. Lilia Mosconi.

Huerta de Soto, Jesús (2007). Liberalismo "versus" anarcocapitalismo. *Procesos de mercado: revista europea de economía política*, 2, 13-32.

Idealista (13 de febrero de 2024). *La oferta de habitaciones en piso compartido crece un 42 % en el último año*. Recuperado de: https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2024/02/13/810911-la-oferta-de-habitaciones-en-piso-compartido-crece-un-42-en-el-ultimo-ano [Consultado el 20 de octubre de 2024].

Illouz, Eva (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo.* Buenos Aires: Katz. Trad. Joaquín Ibarburu.

Illouz Eva (2010). *La salvación del alma moderna: terapia, emociones y la cultura de la autoayuda.* Buenos Aires: Katz. Trad. Santiago Llach.

Íñiguez-Rueda, Lupicinio (2006). El análisis del discurso en las ciencias sociales: variedades, tradiciones y práctica. En Íñiguez-Rueda, Lupicinio (Coord.). *Análisis del discurso: manual para las ciencias sociales* (pp. 83-124). Barcelona: UOC.

Jesus, Luciana Oliveira de y Schneider, Daniela Ribeiro (2023). Fronteiras entre morar e habitar, coletivo e individual: desafios de (con)viver em moradia universitária. *Psicología e Sociedade*, 35. https://doi.org/10.1590/1807-0310/2022v35242358

López Mondéjar, Lola (2024). *Sin relato*. Barcelona: Anagrama.

Mau, Steffen (2019). *The Metric Society: On the Quantification of the Social.* Medford, MA: Polity Press.

Medina-Vicent, Maria (2023). Reacciones discursivas frente al movimiento feminista en el Estado español. Un análisis de la literatura antifeminista. *Revista Española de Sociología*, 32(1), a150. https://doi.org/10.22325/fes/res.2023.150

Mirzoeff, Nicholas (2016). *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós. Trad. Pablo Hermida Lazcano.

Observatorio del Ahorro Familiar (2021). *La resiliencia /vulnerabilidad de los hogares españoles frente al covid-19. Disparidades en la distribución y composición del ahorro en el entorno europeo.* Recuperado de https://fundacionmutualidad.org/estudios/observatorio-del-ahorro/ [Consultado el 17 de febrero de 2025].

Peinado, Fernando (13 de octubre de 2024). *Los jóvenes abanderan la protesta masiva en Madrid por la vivienda*. El País. [Consultado el 15 de octubre de 2024].

Rendueles, César (2017). La gobernanza emocional en el capitalismo avanzado. Entre el nihilismo emotivista y el neocomunitarismo adaptativo. *Revista de estudios sociales*, (62), 82-88. https://doi.org/10.7440/res62.2017.08

Rodríguez, Pablo Esteban (2018). Gubernamentalidad algorítmica: Sobre las formas de subjetivación en la sociedad de los metadatos. *Revista Barda*, 4(6) https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/176486

Rosa, Hartmut (2016). *Alienación y aceleración: hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Buenos Aires: Katz. Trad. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) y Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con revisión de Estefanía Dávila y Maya Aguiluz Ibargüen.

Rosa, Hartmut (2019). *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo.* Buenos Aires: Katz. Trad. Alexis E. Gros.

Rose, Gillian (2021). *Metodologías visuales. Una introducción a la investigación con materiales visuales*. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo.

Santamaría, Alberto (2018). *En los límites de lo posible: Política, cultura y capitalismo afectivo*. Madrid: Akal.

Segato, Rita (2018). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Buenos Aires: Prometeo.

Sequera, Jorge y Gil, Javier (2023). Ciudad APP: Transformación urbana y capitalismo de plataforma (presentación). *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 59, 15-21. https://doi.org/10.5944/empiria.59.2023.38176

Serrano Pascual, Amparo y Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2018). De la metáfora del mercado a la sinécdoque del emprendedor: la reconfiguración política del modelo referencial de trabajador. *Cuadernos de Relaciones Laborales* 36(2), 207-224. http://dx.doi.org/10.5209/CRLA.60694

Schor, Juliet (1994). *La excesiva jornada laboral en Estados Unidos: la inesperada disminución del tiempo de ocio*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra. Trad. Aldo Giacometti.

Zuboff, Shoshana (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Paidós. Trad. Albino Santos Mosquera.

REFERENCIAS DE VÍDEOS E IMÁGENES

Canal Jose Muñoz (14 de abril de 2024). ¡Ya somos 100.000! [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=n10h3ETXF_c&ab_channel=JoseMu%C3%B1oz

Canal Libertad Inmobiliaria (11 de septiembre de 2022). 💥CRISIS INMOBILIARIA 2023: “Por qué Invierto Ahora en Inmuebles” [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=lhEzZMlVQGc&ab_channel=LibertadInmobiliaria

Canal Libertad Inmobiliaria (25 de enero de 2023). Cómo Invertir en Alquiler por Habitaciones en España (Paso a Paso). [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=dufEK3_5A3c&t=319s&ab_channel=LibertadInmobiliaria

Canal Libertad Inmobiliaria (7 de marzo de 2024). Mi última inversión de 60.000 € en Valencia. [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=3Tql5DMwM9c&t=393s&ab_channel=LibertadInmobiliaria

Canal Libre a los 30 (14 de mayo de 2024). Creando Un Negocio de ALQUILER POR HABITACIONES (en 44 días) - Serie Completa. [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=O0dFlNbc8X0&ab_channel=Librealos30

Canal Uri Vyce (17 de septiembre de 2023). Cuándo Caerán los Precios de la Vivienda | Debate Inmobiliario con Rallo y José Muñoz [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=Ry_5vomhV7s&ab_channel=UriVyce

Canal Uri Vyce (21 de enero de 2021). Cómo INVERTIR en INMUEBLES en ESPAÑA con POCO DINERO | ✅ INVERSIÓN INMOBILIARIA 2023 ✅ (Caso real). [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=f8D8c8hvPW4&ab_channel=UriVyce

Canal Uri Vyce (24 de julio de 2022). Cómo ELUDIR IMPUESTOS LEGALMENTE, Hacienda, Sociedades en el Extranjero | DSF #19 con CryptoSpain. [Archivo de vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=-so9ycq73Ro&t=1107s&ab_channel=UriVyce

Carmona Pascual, Pablo (2022). *La democracia de propietarios. Fondos de inversión, rentismo popular y la lucha por la vivienda*. Madrid, Traficantes de Sueños.

José Muñoz [@josemuñoz] (2024). *Herramientas imprescindibles en tu día a día: Calculadoras de rentabilidad, guía sobre cómo encontrar oportunidades de inversión, claves de mi éxito en la Inversión Inmobiliaria*. Inversores.in. https://inversores.in/#tve-jump-187c74078ca

Kerigma89 (17 de octubre de 2023). *Antes de ser propietario este era el tipo de alquiler que siempre he buscado, habitaciones individuales sin salón* […] [Comentario en el vídeo "Cómo Invertir en Alquiler por Habitaciones en España (Paso a Paso)"].

YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=dufEK3_5A3c&t=319s&ab_channel=LibertadInmobiliaria

Libertad Inmobiliaria [@Libertad Inmobiliaria] (20 de abril de 2024). *Tenemos que cambiar el chip cuando vamos a visitar un piso de inversión* [Archivo de imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C5-_NuSBddX/

Libertad Inmobiliaria [@Libertad Inmobiliaria] (24 de noviembre de 2023). *Quizá te hayas dado cuenta de que esta frase coincide con el título de mi primer libro* [Archivo de imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C0BlB-fNj6r/

Pau Antó [@Pau_ Antó] (20 de junio de 2024). *Se expira la bajada del IVA a los alimentos básicos. ¿Qué crees que nos espera en 2030?* [Archivo de imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C8b2yDbv65D/?hl=es&img_index=1

Pau Antó [@Pau_ Antó] (9 de enero de 2024). *"Soy el dueño de mi tiempo". 20 pisos, 20 plazas de parking y 20 trasteros...* [Archivo de vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C145XiyM9ej/