

¿Cuánto queda de economía colaborativa? Un análisis de los anfitriones no profesionales de Airbnb en Leipzig (Alemania)*

Alejandro Armas-Díaz

Universität Leipzig, Institut für Geographic
alejandro.arms_diaz@uni-leipzig.de



Recibido: diciembre de 2021
Aceptado: julio de 2022
Publicado: noviembre de 2022

Resumen

Las plataformas de alquiler a corto plazo como Airbnb han impulsado la mercantilización de la vivienda, lo que ha generado graves problemas en los barrios en los que se concentra su oferta a escala global. Bajo el lema de vivir como un residente y el paraguas de la economía colaborativa, Airbnb se ha convertido en uno de los iconos del capitalismo de plataforma. Mediante entrevistas con anfitriones no profesionales en la ciudad de Leipzig (Alemania), se analiza, desde el punto de vista de la oferta, el comportamiento de quienes alquilan su vivienda o parte de ella en Airbnb y si su acción responde de alguna manera al principio colaborativo. Para ello se aborda, también, si las condiciones y las normas de la plataforma, es decir, su régimen de funcionamiento, favorecen la expulsión de ese perfil de anfitriones impulsando su profesionalización.

Palabras clave: economía colaborativa; capitalismo de plataforma; Airbnb; régimen; anfitriones no profesionales; Leipzig

* La realización de este artículo se inscribe en el marco de los siguientes proyectos: RTI2018-094142 financiado/a por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y FEDER «Una manera de hacer Europa»; y por Marie Skłodowska-Curie con referencia 873082 Contested_Territory del Programa de investigación e innovación H2020 de la Unión Europea. El autor agradece a las personas entrevistadas por su tiempo y la información compartida, a María del Carmen Díaz Rodríguez por sus sugerencias, a quienes revisaron de forma anónima el artículo, así como al consejo editorial por los comentarios que han contribuido a mejorar el manuscrito.

Resum. *Quant queda d'economia col·laborativa? Una anàlisi dels amfitrions no professionals d'Airbnb a Leipzig (Alemanya)*

Les plataformes de lloguer a curt termini com ara Airbnb han impulsat la mercantilització de l'habitatge, la qual cosa ha generat greus problemes als barris on se'n concentra l'oferta a escala global. Sota el lema de viure com un resident i el paraigua de l'economia col·laborativa, Airbnb s'ha convertit en una de les icones del capitalisme de plataforma. Mitjançant entrevistes amb amfitrions no professionals a la ciutat de Leipzig (Alemanya), aquest treball no posa el focus en els efectes, sinó al costat de l'oferta, tractant de comprendre qui ofereix tot el seu habitatge o una part a Airbnb, i si la seva acció respon d'alguna manera al principi col·laboratiu. Així mateix, s'hi aborda si les pròpies condicions i normes de la plataforma, el règim que la regula, acaba per expulsar aquests perfils d'amfitrions i propicia una professionalització més gran en el món del lloguer a curt termini.

Paraules clau: economia col·laborativa; capitalisme de plataforma; Airbnb; règim; amfitrions no professionals; Leipzig

Résumé. *Que reste-t-il de l'économie collaborative? Une analyse des hôtes Airbnb non professionnels à Leipzig (Allemagne)*

Les plateformes de location à court terme comme Airbnb ont entraîné la marchandisation du logement en causant de graves problèmes dans les quartiers dans lesquels ils sont concentrés à l'échelle mondiale. Sous la devise de vivre comme un local et sous l'égide de l'économie collaborative, Airbnb est devenu l'une des icônes du capitalisme de plateforme. A travers des entretiens avec des hôtes non professionnels de la ville de Leipzig, ce travail s'intéresse non pas aux effets, mais du côté de l'offre, en essayant de comprendre qui propose son logement ou une partie de celui-ci sur Airbnb, et s'il reste encore quelque chose de collaboratif. Il examine également si les conditions et règles spécifiques de la plateforme ainsi que son régime, favorisent l'expulsion de ces profils d'hôtes, favorisant un plus grand professionnalisme.

Mots-clés : économie collaborative ; capitalisme de plateforme ; Airbnb ; régime ; hébergeurs non professionnels ; Leipzig

Abstract. *Is anything of the sharing economy left? An analysis of Airbnb's non-professional hosts in Leipzig (Germany)*

Short-term rental platforms such as Airbnb foster the commodification of housing and exacerbate problems in the neighborhoods in which they are concentrated. Under the motto of living like a local and the umbrella of the collaborative economy, Airbnb has become one of the icons of platform capitalism. Through interviews in the city of Leipzig (Germany), in this work we focus not on its effects, but on the supply side, trying to understand who offers their home, or part of it, on Airbnb, and if there is still a collaborative aspect focusing on non-professional hosts. We also explore whether the regime and conditions of the platform foster professionalization and expel non-professional hosts.

Keywords: sharing economy; platform capitalism; Airbnb; regime; non-professional hosts; Leipzig

Sumario

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. Introducción | 5. Resultados y discusión |
| 2. Economía colaborativa versus Airbnb | 6. Reflexiones finales |
| 3. Metodología y fuentes | Referencias bibliográficas |
| 4. Arrendadores de Airbnb en Plagwitz y Lindenau, barrios occidentales de Leipzig | |

1. Introducción

En los últimos tiempos, algunas ciudades se han visto literalmente plagadas de visitantes, dándose el fenómeno de que, aparte de su afluencia a los puntos clásicos (visitas a lugares de interés, museos, etc.), va aumentando cada vez más la demanda de estancias, y ello amplía el circuito del recorrido turístico habitual hacia otros entornos urbanos menos frecuentados. Se supone que estos nuevos espacios hacen posible una inmersión en la vida cotidiana de los barrios urbanos, es decir, vivir durante un breve periodo como un residente más (Richardson, 2015; Novy y Colomb, 2016). Los rasgos distintivos de este denominado «nuevo turismo urbano» (Füller y Michel, 2014; Dirksmeier y Helbrecht, 2015) son, entre otros, la ampliación del espacio turístico tradicional mediante la incorporación y la comercialización de lugares, bienes y actividades que, hasta ahora, no formaban parte, por su relevancia y valor, del ámbito de interés turístico (Maitland y Newman, 2009). Este desarrollo también está afectando al segmento del alojamiento, como constata la creciente demanda de pernoctaciones en viviendas particulares, al margen de los hoteles o de las pensiones (Stors, 2020).

La revalorización turística de lugares, regiones, actividades y bienes nuevos se explica, desde la óptica neoliberal, como consecuencia de un cambio en la demanda, lo que conduce, en última instancia, a la proliferación de intereses, prácticas y estructuras capitalistas, que se refuerzan con la aplicación de las tecnologías de comunicación en el turismo, más efectivas y directas (Murray, 2015). Un buen ejemplo de ello son las plataformas comerciales en línea para el alquiler de alojamientos a corto plazo, que terminan por transformar viviendas y barrios enteros en puntos de interés turístico (Srnicek, 2017). Airbnb, la mayor de estas plataformas, y otras similares posibilitan a propietarios profesionales y no profesionales arrendar sus viviendas de forma más sencilla y lucrativa de lo que sería posible a través del alquiler residencial o de larga duración (Wachsmuth y Weisler, 2018). Desde una perspectiva crítica, existen suficientes evidencias de que estas plataformas promueven la mercantilización de la vivienda, amplían la brecha de renta (*rent gap*) y, por tanto, desencadenan una nueva ola de gentrificación (Cocola-Gant, 2016; Gurrán, 2018; Wachsmuth y Weisler, 2018; Aalbers, 2019; Cocola-Gant y Gago, 2019; García-Hernández et al., 2020; Robertson et al., 2020; Salom Carrasco y Pitarch Garrido, 2021; Armas-Díaz et al., 2022).

Otra línea de estudios, al margen de los efectos socioterritoriales de su expansión, pone el acento en los argumentos y en los principios que orientan la plataforma comercial. De un lado, se cuestiona su alineamiento con la economía colaborativa (EC), a través del análisis de la oferta y de los comportamientos de los actores que intervienen en su desarrollo. Se sostiene, por tanto, que el concepto empresarial tiene más un carácter lucrativo que colaborativo y universal, y de ahí que estas prácticas contribuyan a la expansión del capitalismo. De hecho, su funcionamiento se sustenta en relaciones de competencia y desigualdad apoyadas en los medios digitales del capitalismo de plataforma (Srnicsek, 2017), del que solo se beneficia una parte reducida y privilegiada de la población (Wachsmuth y Weisler, 2018). De otro lado, hay análisis que exploran tanto la interacción directa entre huésped y anfitrión —fundamental a ojos de Airbnb, para transmitir a sus posibles clientes la sensación de ser residentes locales (Airbnb, 2020a)—, como la transformación de las prácticas clásicas de alquiler. Dentro de los estudios que examinan los alquileres a corto plazo, se han extendido los que ponen el foco en las complejas motivaciones de sus usuarios (Stors y Kagermeier, 2015; Guttentag et al., 2018). Sin embargo, hasta ahora se ha prestado menos atención a las motivaciones de los anfitriones (Stors y Kagermeier, 2017; Ikkala y Lampinen, 2015; Hellwig et al., 2014; Belk et al., 2014; Farmaki y Stergiou, 2019), objetivo central del presente artículo, que trata sobre la oferta no profesional y el carácter desigual de la plataforma (Singh Garha, 2021; Salom Carrasco y Pitarch Garrido, 2021). Por una parte, pone el acento en el aspecto de la compartición como práctica social —en particular, se investiga si la cuestión social sigue siendo un motivo relevante para los anfitriones (Malazizi et al., 2018), entendiéndose que si algo queda de EC en la plataforma debe encontrarse en las razones que mueven su intervención y su forma de participación en Airbnb (Stors y Kagermaier, 2017)— y, por otra, contempla las prácticas de alquiler de los ofertantes y en qué medida se encuentran influidas por la autoimagen que promueve la plataforma, orientada hacia la idea de comunidad, beneficio, competencia y en torno a la reputación de «buen anfitrión» (Bialski, 2016; Cockayne, 2016; Roelofsen y Minca, 2018; Farmaki, Stergiou y Kaniadakis, 2019). De modo análogo, la empresa construye un régimen ideológico entendido en el sentido de Foucault (2006), en el que, a través del uso de la plataforma, se establecen preceptos y normas sobre cómo y con quién se debe compartir el alojamiento (Roelofsen y Minca, 2018). La combinación de estos enfoques apenas ha sido abordada hasta ahora en la investigación urbana (Farmaki, Stergiou y Kaniadakis, 2019; Cocola-Gant et al., 2021).

Este trabajo analiza dichos aspectos en la ciudad de Leipzig (Alemania), en concreto en los barrios de Plagwitz y Lindenau, en los que, a pesar de estar al margen de la oferta turística tradicional concentrada en los vecindarios céntricos, se ha desarrollado un importante clúster cultural (Bain y Landau, 2019). Al ser Leipzig un destino turístico muy demandado y con tendencia al alza, es idóneo para realizar un estudio empírico (Freistaat Sachsen, 2019). En la actualidad es una de las diez urbes alemanas con mayor cantidad de pernocta-

ciones en hoteles y pensiones, al tiempo que tiene registrado un gran número de anuncios en Airbnb y ocupa el octavo lugar en todo el país en cuanto a oferta de alojamiento en esta plataforma se refiere (Busch et al., 2018).

Tras esta introducción se presenta, en primer lugar, el concepto de EC, así como la estrategia de marca del «concepto de comunidad», un elemento esencial de Airbnb, para luego explicar la metodología empleada, antes de caracterizar los barrios analizados y presentar el significado que adquiere la oferta de Airbnb y la actitud de los anfitriones no profesionales con respecto al régimen establecido por la plataforma. A continuación se exponen y se discuten los resultados, para finalizar con una reflexión crítica sobre las complejas motivaciones y prácticas híbridas de los anfitriones.

2. Economía colaborativa versus Airbnb

En los últimos años, el concepto de EC ha resultado omnipresente. De forma general, se utiliza para describir el intercambio específico de objetos, servicios e informaciones entre oferentes y demandantes, a través de una plataforma y con una contraprestación de carácter monetario o no monetario (Woskko, 2014). A través del intercambio, mayoritariamente limitado en el tiempo, se produce una prolongación de la vida útil o una intensificación del uso, así como una transferencia, fundamentalmente temporal, del derecho de uso sobre los bienes. Esto presupone la existencia de recursos y capacidades libres y ociosos (*idling capacity*) (Botsman y Rogers, 2011: 75). En este contexto, el uso común es el aspecto central (Demary, 2015).

La idea de compartir o prestar en la EC difiere de las formas económicas tradicionales, centradas en la transferencia permanente del derecho de propiedad sobre los bienes. Lo singular de este modelo es que la práctica de compartir se realiza entre extraños e implica asumir un cierto grado de confianza hacia personas desconocidas. En sus inicios, en la literatura se describía a la EC con entusiasmo casi exacerbado, como una nueva forma de hacer negocios que traería consigo una transformación fundamental en el consumo (Stors y Kagermeier, 2015). Belk define *compartir* como la cesión de bienes a terceros para su uso o la recepción de bienes de terceros para el uso propio (2010: 717). En este sentido, el acto de compartir genera la sensación de propiedad y pertenencia comunes. En contraposición a esta descripción se encuentra, por ejemplo, la contraprestación monetaria que requiere Airbnb para acceder a la plataforma. A esta contradicción se refiere Belk (2010) mediante la expresión *pseudocompartir*, palabra que acuña para designar a aquellas relaciones comerciales que enmascaran sus actividades aparentando tratarse de un compartir común, sirviéndose para ello del vocabulario de la EC.

Al realizar un análisis más pormenorizado, enseguida se evidencia que no resulta fácil definir con claridad qué es la EC. Bajo este concepto general se aúnan diversos tipos de empresas y modelos comerciales (Woskko, 2014) con un espectro que abarca desde acciones vecinales de cooperación, como los *repair-cafés*, hasta mercados de segunda mano en línea, pasando por mode-

los muy comercializados, como, por ejemplo, el *car-sharing* y las plataformas de alquiler a corto plazo, como Airbnb. Precisamente, esta última iniciativa se posiciona a sí misma en la EC, pero sus estrategias comerciales no apuntan en ese sentido, sino que la sitúan como un actor en el nuevo capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017; Smigiel et al., 2019).

El compartir desinteresado y altruista puede darse dentro de un círculo cercano, de familiares o amigos o, también, en uno más amplio, de vecinos, conocidos o incluso de extraños. Belk distingue dos prototipos: *mothering* y *pooling*. *Mothering* alude a un «cuidado voluntario [...] sin esperar reciprocidad alguna o lucro económico» (Belk, 2007: 717); en cambio *pooling* hace referencia a la compartición de objetos para obtener un mejor aprovechamiento de los recursos limitados (Frick, Hauser y Gürtler, 2013). No se espera ninguna contraprestación, pero puede implicar el nacimiento de derechos y obligaciones (Belk, 2007), al esperarse, por ejemplo, el cuidado de objetos comunes (Frick, Hauser y Gürtler, 2013).

Centrando el foco en las interacciones y la formación de redes entre dadores y receptores, se distingue *sharing-in* de *sharing-out*. En la práctica del *sharing-in* se establece una relación estrecha entre los que comparten que continúa, incluso, después del acto de compartir (Belk y Llamas, 2012). En el caso del *sharing-out* se mantiene una separación clara entre las personas y los bienes que se comparten (Frick, Hauser y Gürtler, 2013). Cuando en la práctica de compartir se inician o se consolidan contactos, redes sociales, etc., se produce, según Frick, Hauser y Gürtler (2013), una tercera tipología: *socializing*. En esta fórmula, al tiempo que se mantiene la separación de bienes, «hay un esfuerzo por crear un vínculo entre las personas» o *sharing-with* (ibídem: 10). La reciprocidad que implica aquí el acto de compartir se aproxima al *experience sharing*, perspectiva elaborada por Hellwing et al. (2014: 4), en la que se asocian formas de capital experiencial, tales como el aumento de la confianza en uno mismo, la ampliación de conocimientos o la formación, la satisfacción propia al ayudar a los demás y la autolegitimación (ibídem: 4; Ikkala y Lampinen, 2015).

Los estudios sobre EC realizados hasta ahora se focalizan en la distribución geográfica del alquiler de alojamientos de corta duración, y en ellos se concluye que la oferta se agrupa, sobre todo, en zonas del centro con atractivo turístico (Mermet, 2017: 59), y no en sectores urbanos más alejados en los que cabe suponer que los ingresos de alquileres de corta estancia podrían complementar el presupuesto familiar de hogares con una economía más débil (Domènech et al., 2019). Otros estudios se centran en el tipo de oferta. De ellos se desprende que, de forma mayoritaria, se ofrece el alquiler íntegro de la vivienda por periodos de varios meses, mientras que el arriendo de habitaciones privadas o de uso compartido tiene una representación más bien escasa. También se analiza con detalle el aspecto de la profesionalización de los anfitriones, en particular cuando los oferentes publicitan varios alojamientos, lo que parece indicar que su explotación se efectúa a través de empresas (Cocola-Gant y Gago, 2019). El término *capitalismo de plataforma* es la expresión que las voces críticas aplican para describir la mercantilización intensa de la vivienda y con la que se enfa-

tiza un intercambio orientado al lucro y mediante una destacada componente digital (Srniczek, 2017).

En definitiva, se constata, como lo han hecho Roelofsen y Minca (2018), que, con las ofertas comerciales de la EC basadas en el alquiler a través de Airbnb, aumenta el peligro de realizar una fuerte comercialización de la esfera privada, pues estas prácticas se asocian con un desplazamiento, una anonimización y una mercantilización. La mercantilización de la compartición viene, además, acompañada de una nueva ausencia de compromiso en el ámbito social, así como de una menor valoración de la propiedad ajena. Esto supone que plataformas como Airbnb, a la vez que pregonan la sostenibilidad, la hospitalidad y la acción comunitaria bajo el paraguas de la EC, promueven los circuitos económicos digitales y captan a anfitriones potenciales con la perspectiva de obtener beneficios económicos. ¿Cómo repercute esto en las prácticas de alquiler de los propietarios? Responder a esta pregunta requiere una aproximación a los procedimientos que desarrolla el portal Airbnb, un examen que aporte un conocimiento básico sobre sus principales características, así como cuál puede llegar a ser la envergadura de su influencia en las prácticas de alquiler de los anfitriones no profesionales.

Sobre el carácter innovador de Airbnb hay muchas publicaciones en revistas especializadas, a pesar de que esta plataforma en línea ofrece formas de consumo similares a las de la industria turística tradicional (Cañada y Murray, 2019). Desde su fundación en 2008 como la primera plataforma de alquiler de alojamiento de corto plazo, la empresa ha desarrollado diversas estrategias que aspiran, concibiendo a los anfitriones como una parte productiva del proceso de alquiler, tanto a promocionar y controlar sus actividades y modos de proceder (Cheng y Foley, 2019), como a fomentar la sensación de pertenencia a una comunidad y a ejercer, creando un sistema de evaluaciones y la figura del superanfitrión (Roelofsen y Minca, 2018), una presión colectiva sobre todos sus miembros (Farmaki y Kaniadakis, 2020). Estas medidas y otras similares conforman su «régimen» de intervención, que responde a un contexto caracterizado por un cambio del disciplinamiento del individuo como cuerpo productivo en el capitalismo hacia el ejercicio de una influencia colectiva y una gubernamentalidad neoliberal (Foucault, 2006: 141). El régimen de Airbnb (Bialski, 2016; Raolofsen y Minca, 2018) incluye las biopolíticas de la plataforma, es decir, las formas de poder que controlan y conceptualizan la vida de las personas, a diferencia del significado cotidiano del término *gobernar*. Foucault no limita su uso a las prácticas gubernamentales del Estado, sino que lo extiende a lo que considera «múltiples prácticas de gobernanza» (Foucault, 2006: 141), entre las que se encuentran las que aplica Airbnb hacia los anfitriones y les motiva, de forma explícita, hacia el emprendimiento (Beckett y Nayak, 2008).

De forma similar, Farmaki, Stergiou y Kaniadakis (2019) emplean los conceptos *tecnología* y *régimen* en su análisis de la percepción de los anfitriones que operan en las plataformas de alquiler a corto plazo. Según estos autores, los anfitriones de la plataforma de alquiler a corto plazo conforman una comunidad, *community of practice*, en la que se intercambian conocimientos

y experiencias y en la que se crean límites a las prácticas de comportamiento responsable, es decir, cumplen con las normas del portal. Como consecuencia de esto, las ideas de moral y responsabilidad de los anfitriones adquieren relevancia.

Roelofsen y Minca (2018) investigan, tomando como referencia a Foucault, los elementos biopolíticos que se originan a partir de la relación entre anfitrión y huésped, por un lado, y entre anfitrión y comunidad de anfitriones de Airbnb, por otro. Desde esta perspectiva, la plataforma redefine las dos categorías vinculadas entre sí: la comunidad y la hospitalidad. Bajo el eslogan «living like a local» se intenta restablecer, a ojos de la compañía, una sociedad basada en el sentimiento de pertenencia y confianza (Cañada y Murray, 2019). Asimismo, el concepto de comunidad se interpreta también en el sentido de *community of practice* y se vincula a la hospitalidad, de ahí que el portal promueva que los anfitriones asuman las funciones de guía turístico local (Airbnb, 2020b). En el contexto del *quid pro quo* financiero de Airbnb, la hospitalidad ya no está necesariamente ligada a la reciprocidad, como ocurre en plataformas sin ánimo de lucro (por ejemplo, el *couchsurfing*), sino que queda reducida a un sistema de calificación y a una recompensa económica. Es decir, Airbnb «ha transformado el trabajo del cuidado de otras personas en la esfera privada, en un valor de cambio» (Roelofsen y Minca, 2018: 170).

3. Metodología y fuentes

Para realizar el presente estudio se entrevistó a anfitriones no profesionales de Plagwitz y Lindenau, barrios occidentales de Leipzig. Con el fin de establecer, bajo un prisma crítico y reflexivo, una conexión entre la diversidad de motivaciones de este tipo de ofertantes de Airbnb, sus prácticas de alquiler y el régimen —en el sentido de Foucault— impuesto por la plataforma, se preguntó a los anfitriones, de forma general, por el motivo que les llevaba a compartir su propia vivienda por un corto período de tiempo, y específicamente por sus prácticas de alquiler —por qué se decantaron por ese portal, cómo se interesaron por él— y las formas de interactuar con la plataforma —limitaciones, regulaciones y cómo influyó su vida— y sus propios huéspedes. Para comenzar, se solicitó que relatasen desde cuándo ofrecían su vivienda o parte de ella en la plataforma, si participaban en otras de carácter no comercial, como el *couchsurfing*, y si eran usuarios de ellas como huéspedes.

Las entrevistas, realizadas en alemán, tuvieron una duración entre 30 y 45 minutos, se grabaron, se transcribieron y se codificaron para efectuar un análisis de las categorías mediante la aplicación Maxqda y siguiendo el esquema de exploración cualitativa de Mayring (2007). De los 60 anfitriones contactados a través de la página de la plataforma, finalmente 15 accedieron a ser entrevistados en persona, entre junio y septiembre de 2019. Las escasas respuestas podrían estar relacionadas con la existencia de una legislación confusa, el temor de los arrendadores a las consecuencias legales de subarrendar la vivienda, o parte de ella, y a las restricciones municipales.

Para contactar con las personas entrevistadas se registró un perfil en la plataforma y se escribió a quienes disponían de un único anuncio de vivienda completa o de un apartamento para compartir (una o varias habitaciones) en los barrios analizados, informando sobre el objetivo de la investigación, la duración aproximada de la entrevista, el uso exclusivo de los datos con fines científicos, al tiempo que se garantizaba tanto el anonimato mediante el empleo de un pseudónimo como que no se facilitaría la ubicación exacta de su anuncio. De entre quienes se interesaron por participar, se discriminó a quienes no utilizaban su vivienda como residencia habitual, por entender que este no era un criterio compatible con la idea de economía compartida, tal como se ha procedido en otras investigaciones (Mermet, 2021; Semi y Tonetta, 2021; Cocola-Gant et al., 2021).

De las quince personas entrevistadas, siete de ellas eran mujeres y el resto, varones. Todas estaban empleadas, dos tercios habían finalizado estudios universitarios, hablaban al menos el inglés como segunda lengua, sus salarios variaban entre 1.800 y 4.300 euros mensuales, los ingresos recibidos por el subarriendo eran considerados extraordinarios y se empleaban para fines no estrictamente relacionados con su supervivencia. Estas características permiten afirmar que tenían un capital económico, social y cultural, en el sentido de Bourdieu (1986), superior a la media de los barrios en los que residían (Stadt Leipzig, 2020). Podría pensarse que quienes recibían ingresos más bajos arrendaban con mayor frecuencia su vivienda o parte de ella —algo que no se puede constatar en nuestro caso y que subraya el carácter desigual de la plataforma, tal como otros estudios afirman (Maier y Gilchrist, 2022)—, del mismo modo que sostienen quienes identifican a Airbnb como portal de EC, defienden su carácter redistributivo y argumentan que este beneficia en especial a las clases sociales menos adineradas.

En cuanto al análisis preliminar de oferta, se recurre a las dos fuentes disponibles: el estudio encargado por la Administración municipal (Quaestio, 2019) y el portal Airdna (<<https://www.airdna.co/>>). Aunque estos datos presentan limitaciones a la hora de analizar tanto la distribución espacial como el perfil de los distintos tipos de proveedores, permiten realizar una primera aproximación de interés al fenómeno. Otros análisis sobre la oferta se apoyan en la información cuantitativa aportada en portales como Insideairbnb (<<http://insideairbnb.com>>), para capitales y ciudades de todo el mundo; Datahippo (<<https://datahippo.org/es/>>), en los casos de Andorra, Portugal y España, o a través de herramientas de *web-scraping* para caracterizar cómo se concentra la oferta, abordar la distribución de los alojamientos o explorar la brecha de renta (*rent gap*) que generan (Yrigoy, 2017).

En el análisis de la oferta del alquiler a corto plazo a través de la red, un aspecto novedoso y poco abordado, con algunas excepciones (Smigiel et al., 2019; Cocola-Gant et al., 2021), es el comportamiento de los hospedadores no profesionales, sus motivos para participar en Airbnb, cómo se ven influidos por las regulaciones de la plataforma y, en definitiva, en qué medida existe o no en su actuación un componente de EC. Este es el objetivo que precisamente se

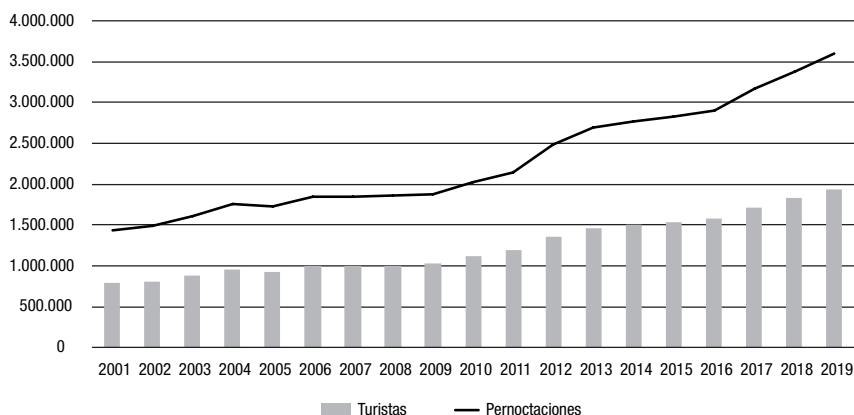
aborda aquí, mediante un análisis cualitativo que se fundamenta en la narración de las personas entrevistadas. De forma preliminar se esboza, también, una aproximación cuantitativa a la oferta.

4. Arrendadores de Airbnb en Plagwitz y Lindenau, barrios occidentales de Leipzig

La ciudad de Leipzig, con algo más de 600 mil habitantes, es la décima población de mayor tamaño de Alemania. A mediados de la década pasada experimentó un crecimiento notable de su población y un *boom* en la construcción y en la renovación de viviendas, una tendencia que la aleja de su reciente pasado marcado por el declive y los retos característicos de ciudades postsocialistas, como la pérdida de residentes y de algunas funciones como la industrial, la prolongada desinversión, las elevadas tasas de desempleo, la sobreoferta de vivienda, etc. (Großmann et al., 2013). Las claves de esa inflexión han sido políticas urbanas basadas en la apuesta por la búsqueda de nuevas actividades como el turismo e intensas medidas de renovación de la ciudad (Coles, 2003). No debe de sorprender, por tanto, que el número de pernoctaciones se haya triplicado desde inicios de la década de 2000 (figura 1), y que, en la actualidad, se encuentre entre las diez localidades alemanas más visitadas (Hofmann, 2020).

Con el cambio de siglo, la ciudad comenzó a ganar población, al tiempo que se invertía capital en la vivienda en forma de renovación o edificación de nueva planta. Estos procesos se ponen en marcha de forma particular, a partir del decenio de 2010, en los barrios occidentales tradicionalmente de clase obrera, donde el saneamiento y la construcción de unas 4.000 nuevas viviendas para grupos pudientes ha desplazado de esos ámbitos a los residentes con menos recursos (Hasse y Rink, 2015). Los barrios de Plagwitz y Lindenau (figura 2)

Figura 1. Evolución del número de turistas y de pernoctaciones en Leipzig (2001-2019)



Fuente: elaboración propia a partir de Stadt Leipzig (2020).

Figura 2. Barrios de la ciudad de Leipzig y situación de Plagwitz y Lindenau



Fuente: elaboración propia a partir de Stadt Leipzig (2020).

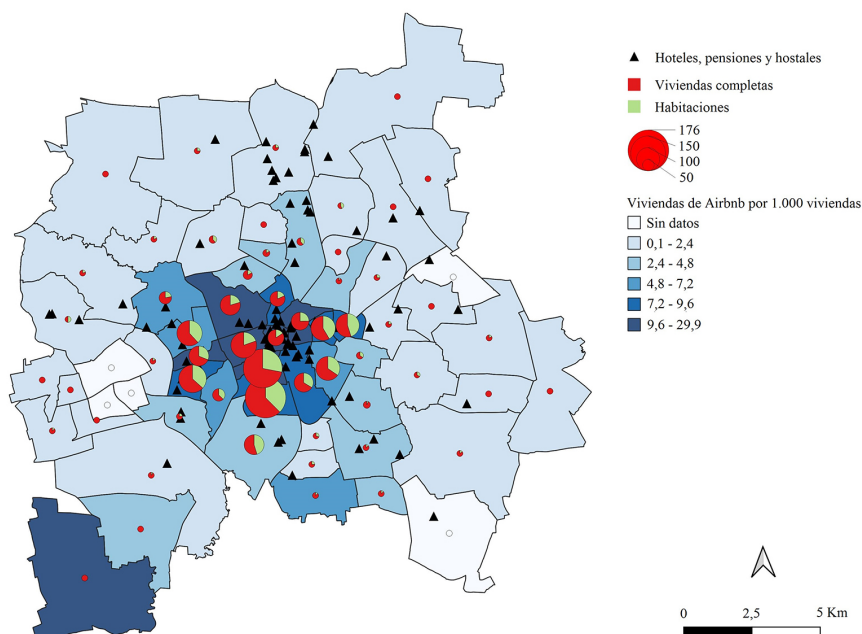
forman parte de esos espacios transformados, primero con una gentrificación «suave» iniciada a mediados de la década de 2000 con la llegada de grupos jóvenes, sobre todo estudiantes y familias con niños sin rentas elevadas; y luego, en el último decenio, con una ola de gentrificación intensa que termina por desplazar a los residentes con rentas más bajas (Bernt, Rink y Holm, 2010). El cambio social y la llegada de personas con mayor poder adquisitivo y otras formas de capital (Bourdieu, 1986), se deja ver en quienes extraen rentas urbanas en esos barrios. Las plataformas de alquiler vacacional han servido para ello en otras ciudades (Yrigoy, 2017; Cocola-Gant y Gago, 2019) y existen evidencias de ello en la ciudad sajona.

Leipzig, destino muy solicitado por turistas urbanos, se reserva cada vez más en Airbnb, tal y como se desprende de un estudio realizado en Alemania a escala nacional sobre el desarrollo de las pernoctaciones en el segmento del alquiler de corta duración (Frick et al., 2013). En esta urbe, al igual que sucede en otras, se observa una tendencia a la comercialización en el segmento del mercado del alquiler a corto plazo (Quaestio, 2019). Así, lo que sucede en ella es extrapolable a otras localidades con atractivo turístico. Si bien no existen datos concretos sobre el número de camas que ofrece Airbnb en la ciudad, se estima que supera las 8.600, mientras que el de las hoteleras y extrahoteleras (pensiones, apartamentos y albergues) se aproxima a las 19.800 (Stadt Leipzig, 2020). Por tanto, casi un tercio de la oferta de alojamiento total de la ciudad se puede contratar a través de dicha plataforma (Quaestio, 2019).

En esta ciudad las ofertas de alquiler a «mayor plazo», es decir, aquellas cuya disponibilidad es superior a tres meses, están ubicadas en barrios próximos al centro (70%), que son, como suele ser habitual en otras ciudades, los lugares preferidos por los usuarios. El análisis de la situación de las viviendas ofertadas muestra que, cada año, el 63% estuvo disponible en línea por un tiempo superior a un mes (ibídem: 15), y el 41%, durante más de seis meses (Airdna, 2020). En su mayoría se trata de arrendamientos de la totalidad del domicilio, lo que implica que sus propietarios no lo ocupan durante esos momentos (ibídem). Se puede concluir, pues, que anualmente unas 600 residencias se quedan fuera del mercado inmobiliario regular en los barrios del centro y de la periferia inmediata de la ciudad (Quaestio, 2019: 20). Se observa (figura 3) que los sectores más afectados por esta dinámica son los distritos Centro-Sur, Centro-Este y Centro, en los que por cada mil unidades de alojamiento se registra una presencia de 30 viviendas en Airbnb. Le siguen en importancia Lindenau —uno de los barrios objeto de estudio— y los distritos Centro-Oeste y Centro-Noreste, con hasta 15 viviendas en iguales circunstancias. El barrio de Plagwitz —el otro estudio de caso—, con 8,5 ofertas de alquiler por cada mil viviendas, es, sin embargo, el tercero de la ciudad por el número de ofertas (120) en Airbnb, detrás solo de los vecindarios más céntricos de Leipzig y del ensanche sur —Südvorstadt— (Quaestio, 2019).

En lo que se refiere al perfil de los arrendadores, se advierte una tendencia hacia su profesionalización, pues, en la actualidad, un tercio de ellos publica más de una vivienda en la plataforma Airbnb (ibídem: 16), de lo que se infiere que se trata de domicilios ofertados por operadores profesionales (Stors y Kagermaier, 2017; Smigiel et al., 2019; Armas-Díaz, Smigiel y Janoschka, 2021; Armas-Díaz, Östreicher y Denzer, 2021). Los datos del estudio encargado por la Administración municipal (Quaestio, 2019) y del portal Airdna (<<https://www.airdna.co/>>) no permiten analizar la distribución de los distintos tipos de proveedores en la ciudad ni tampoco existen especificaciones disponibles en otros portales como Insideairbnb (<<http://insideairbnb.com>>). De cualquier modo, cabe suponer que, al igual que sucede en otras urbes, en zonas con un gran número de alojamientos ofertados por Airbnb, hay un número elevadísimo de arrendadores de múltiples alojamientos (Domènech et

Figura 3. Distribución de la oferta de Airbnb, de su frecuencia por cada 1.000 viviendas y localización de hoteles, pensiones y hostales en los barrios de la ciudad de Leipzig



Fuente: elaboración propia a partir de Stadt Leipzig (2020) y Quaestio (2019).

al., 2019). Este sería el caso de los ámbitos más centrales de la ciudad, seguidos precisamente de Plagwitz y Lindenau.

Los barrios de Plagwitz y Lindenau registran un importante número de viviendas ofertadas en Airbnb que representan el 8,5 y el 12,7% de sus parques inmobiliarios respectivos (Quaestio, 2019: 19) (figura 3). Estos vecindarios, caracterizados por una localización céntrica privilegiada, así como por procesos de revalorización, parecen estar predestinados a quienes se interesan por Airbnb (Stors y Kagermeier, 2015). En ellos se ofrece a los viajeros la oportunidad o la esperanza de no sentirse turistas, sino parte de la población local y pasar desapercibidos entre ella (Maitland y Newmann 2009: 176, 178). Después de la reunificación en 1990, Plagwitz y Lindenau —distritos industriales antes muy importantes— se vieron, al principio, afectados por intensos procesos de desindustrialización y contracción económica. Entre 2000 y 2019 creció de forma rápida su número de habitantes hasta alcanzar este último año 16.297 y 8.359 residentes en Plagwitz y Lindenau, respectivamente (Stadt Leipzig, 2020), una tendencia demográfica muy favorable que se atribuye, entre otros factores, a la creciente afluencia de actores creativos (Heinig y Herfert, 2012: 332). En la actualidad, la variedad cultural, gastronómica, laboral y de estilos de vida atrae a un número cada vez mayor de turistas hacia estos barrios aledaños y hacia otros del oeste y noreste de Leipzig.

5. Resultados y discusión

Aunque el uso comercial de la plataforma Airbnb por parte de los arrendadores a corto plazo parece que presupone, *per se*, un interés económico (Farmaki, Stergiou y Kaniadakis, 2019) —y de ahí que la idea de «compartir» la vivienda responda más a un «pseudocompartir», en el sentido de Belk (2014)—, se han hallado interesantes conexiones correlacionadas con las categorías básicas de la compartición comentadas: *mothering* y *pooling*.

5.1. Motivos de los anfitriones de Airbnb

Como era de esperar, todos los entrevistados aludieron a intereses económicos como motivo para alquilar su vivienda (Farmaki, Stergiou y Kaniadakis, 2019). Para aquellos que dependen de estos ingresos para cubrir los gastos de subsistencia, el motivo económico es el fundamental. Usando las palabras de los entrevistados, para algunos es un «efecto colateral agradable» (entrevista a Lucía) y para otros, un *nice-to-have*, como para Elías, que, por sus ingresos, no depende de este dinero, y lo que obtiene de sus alquileres, muy esporádicos, va destinado exclusivamente a la hucha para sus vacaciones. Debido a su situación económica, en ocasiones cede su vivienda a cambio de una contribución para los costes, y durante su etapa de estudiante llegó a compartirla incluso gratuitamente: «Cuando era estudiante estaba bien lo de recibir algo, unos euros. Sin poner ningún precio que sea utópico o algo así, sino solo a cambio de una contribución a los costes de la casa, aunque, como ya dije, lo he llegado a hacer incluso sin pedir nada a cambio» (entrevista a Elías).

Un tercio de los ingresos de Pedro proviene, en cambio, del importe que obtiene por arrendar su vivienda en Airbnb. Según señala, alquilándola uno o dos fines de semana al mes, logra afrontar el pago que debe abonar por su alquiler. «Sí, claro, el motivo fundamental es, sin duda, el dinero, o sea que me veo obligado a obtener unos ingresos extra para poder afrontar el coste del alquiler» (entrevista a Pedro). En no pocas ocasiones, el presupuesto disponible o la respectiva situación de precariedad vital determinan la frecuencia del arrendamiento (Semi y Tonetta, 2021). Otros motivos que apuntan los entrevistados tienen que ver con alcanzar un mayor nivel de vida, financiar las vacaciones o conseguir unos ingresos suplementarios que sirvan para comprar una nueva vivienda. Esta última es la razón que mueve a Manuel, que planifica la compra de su segundo domicilio y arrienda el primero en Airbnb (entrevista a Manuel; Stors y Kagermeier, 2015).

Otros estudios muestran que los arrendadores que poseen varias viviendas consideran que el alquiler a corto plazo es una ocupación de mucha rentabilidad (Smigiel et al., 2019).

Para Farmaki, Stergiou y Kaniadakis (2019) la oportunidad de convivir es un indicador que refuerza el aspecto social de Airbnb, al reflejar los principios morales del acto de alojar, ayudar a otros. Tenemos el ejemplo de Lucía, que vive con desahogo económico y, hasta ahora, ha alquilado su vivienda a través de la plataforma una vez. Con motivo de las vivencias positivas durante un

viaje, por el buen trato que recibió, quiere hacer llegar esta hospitalidad a otras personas: «[...] como hace dos años, haciendo a pie el Camino de Santiago, me trataron con una enorme hospitalidad, quería, de algún modo, devolver algo» (entrevista a Lucía). Tomando como referencia a Belk (2014), esta motivación se aproximaría a la categoría básica del compartir, *mothering*, aunque el hecho de que Lucía cobra por su hospitalidad parece argumentar en contra, ya que la ofrece a través de una plataforma lucrativa.

Hellwig et al. (2014), tomando como base sus estudios sobre el *couchsurfing*, y contrarios a la suposición de Belk (2007), ponen de relieve que, aparte de las formas de compartir que tienen una motivación recíproca, no existe un compartir puro y verdadero, sino solo formas mixtas de objetivos propios y ajenos (Hellwig et al., 2014: 6). El «corresponder a la hospitalidad» habría que interpretarlo entonces como una forma de capital experiencial: el impulso del ego (ibídem: 4).

Pedro vive la idea del *mothering* con mucha coherencia. Ofrece su alojamiento gratuitamente a personas conocidas; si son desconocidas, es distinto:

También se da el caso de que, si me entero por mis redes privadas de que alguien necesita alojamiento un fin de semana por un festival, algún trabajo o algo así, entonces estoy encantado de ponerle mi vivienda a disposición, sin cobrarle, claro, siempre que sea a través de conocidos o amigos. Si son desconocidos, entonces me parece bien cobrarles. (Entrevista a Pedro)

Algunos basan su decisión de no dejar que el domicilio propio quede vacío cuando están de viaje, y de poner este recurso a disposición de otros para conseguir una intensificación de su uso, con estas palabras:

[...] al principio me pareció bastante buena la idea de dejar a otros la vivienda cuando uno no está en ella o poder ir a otras cuando están desocupadas. Realmente, este principio básico es una de las cosas de Airbnb que me atrajo bastante. (Entrevista a Elías)

Carmen opina algo parecido:

[...] en primer lugar fue el dinero, después decirme «es dinero extra», es decir, en realidad no tengo por qué hacerlo, pero [...] como yo también quiero viajar, pues lo alquilo. Es coherente no dejar que la vivienda quede vacía.

En cuanto al uso más eficaz de los recursos de alojamiento disponibles, al que aquí nos referimos, se deja entrever el motivo del *pooling*, aun cuando sea en forma de pseudocompartición. Tal y como se desprende de otros estudios, la existencia de tales capacidades o viviendas ociosas (*idling capacities / assets*; Botsman y Rogers, 2011) es un requisito de los anfitriones de Airbnb (Stors y Kagermeier, 2017).

A pesar de que Lucía, Carmen y Pedro indicaron como motivo secundario «también para entrar en contacto con gente nueva», es difícil saber la veracidad

de esta respuesta, ya que la mayoría de los entrevistados alquilan su vivienda completa cuando no están en Leipzig. Esto contradice el lema de Airbnb «living like a local» y la aspiración de establecer redes sociales y hospitalidad, tal como declara la empresa. Así, Pedro incide en la importancia que tiene para él que la persona (anfitriona), quizás, también esté disponible para dar unas recomendaciones como residente local y que él se esfuerza en ser un anfitrión. En esta afirmación se entrevé la autosatisfacción con la satisfacción de ayudar a otros, un aspecto del capital experiencial. Asimismo, añade:

Llevo más de diez años viviendo en Leipzig, además conozco el barrio y recomiendo eventos, bares y restaurantes, dependiendo de lo que la gente busque y el motivo de su viaje. Lo que he hecho ahora es colgar en mi piso un pequeño mapa de mi barrio y les dejo colocado el *Kreuzer* [guía del ocio local], para que puedan encontrar algún espectáculo. También me han venido familias con niños pequeños y, entonces, trato de acondicionar la casa para ellos. (Entrevista a Pedro).

Del planteamiento de Pedro no se puede determinar hasta qué punto la obligación interna como anfitrión nace de una motivación intrínseca o responde al cumplimiento del deber frente a Airbnb. Sobre el trasfondo social de Lucía para alquilar, expone que lo que le interesa es «quizás, conocer a gente de vez en cuando, aunque suelo alquilar casi siempre en periodos en los que no estoy en casa. Por eso, no tengo demasiado contacto, claro». En el caso de Lucía, se menciona la reciprocidad social, el contacto con personas, conocerlas, pero en otro momento de la entrevista se distancia claramente de esa finalidad cuando afirma:

Quiero disfrutar de mi tiempo, y no ponerme a hablar de cosas que no me interesan, y también por eso lo hago bastante rápido y voy al grano. Digo «aquí estoy, la información para contactarme está ahí, por si tenéis alguna duda». Entrego la llave. «Yendo por allí hay cafeterías geniales, ahí está el canal, daos una vuelta por los alrededores y descubrid por vosotros mismos. Este es el código wifi. Si tenéis algún problema, escribidme.» Sí, así es como lo hago. (Entrevista a Lucía)

En otros estudios (Smigiel et al., 2019, Armas-Díaz, Smigiel y Janoschka, 2021) se ha podido constatar una relación causal entre el tipo de vivienda ofertado y los intereses o el grado de profesionalización del anfitrión. Se parte de la base de que cuanto más profesional sea la oferta, más alejados están los motivos del propietario del aspecto de compartir y de la noción de comunidad. Airbnb ofrece tres categorías de alojamientos:

1. Una vivienda completa, lo que significa que el propietario no está en ella mientras la tiene alquilada. El propietario entrega la llave en persona, a través de un conocido o de una pequeña caja de llaves, por lo que no se encuentra con el inquilino.

2. Una habitación privada de uso exclusivo, en una vivienda que el propietario utiliza durante la estancia.
3. Una habitación compartida, es decir, una habitación utilizada conjuntamente en una vivienda.

La modalidad de alquiler elegida es un factor decisivo en el grado de interacción y en la motivación de los anfitriones por conocer personas. Dado que solo dos de los entrevistados alquilan de forma regular una habitación individual en su casa, y lo hacen, más bien, por motivos distintos al de conocer gente (por ejemplo, para financiar la compra de una vivienda, por un alto grado de ocupación de esta, por desconfianza hacia los inquilinos), cabe concluir que el motivo de la socialización tiene una relevancia secundaria entre los entrevistados.

Sobre esto, Carmen se posiciona de manera expresa al indicar que, a ella, la interacción con arrendatarios le resulta desagradable, incluso molesta. Al preguntarle sobre la disponibilidad que ofrece a los huéspedes durante su estancia, contesta: «por lo general, la mínima, a ver, yo procedo de una cultura diferente y nuestro concepto de objetividad es distinto. [...] [E]n Estonia, en los hoteles, lo que hacemos es que queremos la llave rápido y adiós. Necesito mi tiempo» (entrevista a Carmen). Todos los demás comentan que no residen en la vivienda durante la estancia del huésped, pero que están disponibles a través del móvil. El que más dista del hecho de que la socialización sea un motivo para alquilar es Manuel, que, con frecuencia, no suele estar en la ciudad y, por eso, gestiona la limpieza de la vivienda externamente. El contacto con nuevas personas es cada vez menos importante para él (entrevista a Manuel).

5.2. Anfitriones de Airbnb: ¿Una comunidad consagrada?

Partiendo de la idea de considerar a Airbnb como un «régimen de anfitriones», resulta de especial importancia la imagen de arrendador ideal transmitida por esta plataforma, así como su concepción acerca de cómo debe vivirse la hospitalidad (Roelofsen y Minca, 2018).

La fuerza simbólica positiva que connota *compartir* es utilizada estratégicamente por Airbnb para optimizar su prototipo de negocio. Así, se argumenta que su modelo turístico ejerce una influencia integradora positiva sobre la recuperación de la confianza y el sentido de pertenencia para formar parte de una comunidad (Airbnb, 2020b). Su eslogan «Belong anywhere» resume su retórica renovadora a través de la que se define la EC: el objetivo es una transformación social y la creación de un mundo en el que cualquiera pueda pertenecer a cualquier lugar (Cañada y Murray, 2019). Una concepción que se sintetiza en la idea de que «las ciudades no se experimentan como turistas, sino como residentes» (Airbnb, 2020a).

Airbnb influye de forma significativa en el discurso sobre la EC debido a su praxis empresarial (Cañada y Murray, 2019). Es decir, a través de reglas

y preceptos concretos, se busca convertir a los anfitriones en emprendedores (Saturnino y Sousa, 2019). Por ejemplo, ellos son responsables del diseño de sus anuncios. En este contexto, se considera que se optimiza la visibilidad si se reclutan nuevos huéspedes al mismo tiempo que los anfitriones emergen como expertos en hospitalidad, manteniendo «motivaciones altruistas». El compromiso de los anfitriones se controla de forma constante mediante un sistema de vigilancia y evaluación, como también describe Pedro.

En el régimen de Airbnb (Bialski, 2016), los arrendadores están obligados a ofrecer a los viajeros un lugar y a reforzar su reputación como anfitriones. En este sentido, Carmen manifiesta:

Quieres ofrecer lo mejor, y Airbnb lo pone de tal manera que no tienes más remedio que darlo todo para poder llegar a tener éxito en la plataforma. Esto significa: [...] La limpieza se ha vuelto ahora un punto muy importante para ellos, y entonces tengo que limpiar todo el piso, que suele estar hecho un desastre por el bebé, así que tengo mucho que hacer. (Entrevista a Carmen)

Sin buenas valoraciones, las posibilidades de alquilar y, por tanto, el beneficio del anfitrión disminuye. La disciplina empresarial parece ser una condición *sine qua non* para tener éxito (Cañada y Murray, 2019). De este modo, la afiliación en Airbnb promueve cambios en la conducta cotidiana de los propietarios, lo que contribuye a hacer de la idea de ser anfitrión un estilo de vida.

Los cambios de conducta también tienen que ver con las formas que establece Airbnb para la interacción y la comunicación entre anfitrión y huésped, dado que solo se deben realizar mediante la plataforma:

[...] llega a ser algo molesto eso de que uno ya no puede ni comunicarse directamente [...], una vez tuve a uno aquí en el piso y tuve el mismo problema. Era de Oxford y tenía que comentarle unas cosas por teléfono, y me costó una eternidad dar con una fórmula para enviarle el número del móvil sin que lo borrraran. (Entrevista a Elías)

En general, de este modo, al alquilar en Airbnb, el efecto financiero positivo viene también acompañado de repercusiones negativas sobre la vida cotidiana, tales como carga de trabajo, vigilancia y pérdida parcial de la privacidad, debido a que personas extrañas tienen acceso al propio hogar. «Airbnb está bien si es solo durante cierto período, no puedo estar haciéndolo siempre, te quita tiempo y energía y se acaba convirtiendo en un trabajo en la propia vivienda, así que solo puede hacerse durante un tiempo» (entrevista a Carmen). O, como dijo Manuel: «Airbnb, a largo plazo, es más lucrativo, pero claramente más trabajo». Estas declaraciones ponen de relieve que quienes alquilan su vivienda de forma habitual fuera de los canales profesionales, como agencias especializadas, o dedicándose a ello de forma exclusiva, solo pueden beneficiarse de la plataforma de forma limitada.

A diferencia del *couchsurfing*, para Pedro, Airbnb «sí que es un poco más profesional y además ya entra en juego el dinero, así que las exigencias

y las expectativas son diferentes». Aquí se vislumbra la idea del régimen de Airbnb.

6. Reflexiones finales

En este artículo se analizan los motivos y las prácticas de los anfitriones no profesionales de Airbnb en el contexto de la EC y bajo la influencia de los preceptos biopolíticos establecidos por esta plataforma. A pesar de que su uso está impulsado principalmente por intereses económicos, lo que responde a formas de pseudocompartición, también influyen motivos sociales, como el *pooling*, con un peso importante. El aspecto de compartir vivencias, así como la práctica del *socializing* —piedra angular de la estrategia comercial de Airbnb—, apenas tienen relevancia para los anfitriones no profesionales. Estos incluso rechazan la socialización de forma deliberada, lo que significa que la consagración de los anfitriones a reglas y normas vinculantes, a través de una «mitología de la comunidad» (Roelofsen y Minca, 2018: 177), solo se consigue de forma parcial. Roelofsen y Minca (2018) describen esta situación sin llegar a una interpretación posterior. El estudio de caso en los barrios occidentales de Leipzig aporta las primeras respuestas a esta cuestión. Con todo, en futuras investigaciones se plantea abordar un análisis cuantitativo de la oferta en profundidad, y ahondar más, a partir de otras entrevistas, en los hallazgos de esta investigación, así como analizar, a partir de los anuncios de los ofertantes no profesionales (marginales) en la plataforma (Semi y Tonetta, 2021), los tipos de capital de Bourdieu, y contrastarlos con los datos socioeconómicos de los barrios en los que se inscriben, con el fin de desenmarañar quiénes (y quiénes no) ofertan y se benefician de las posibilidades de la plataforma (Gil García, 2017). De forma complementaria, debe explorarse en futuras investigaciones quiénes son los actores profesionales (Cocola-Gant et al., 2021; Mermet, 2021).

La imposición de normas por parte de Airbnb con respecto a las propias acciones y al estilo de vida, que se basa en un yo emprendedor, está vinculada, en última instancia, a una enorme carga de trabajo adicional, y terminará por no ser aceptada a largo plazo (entrevista a Carmen). Los pocos elementos de la compartición que aún están presentes en el alquiler a través del portal van desapareciendo cada vez más. En el sentido de Foucault (2006), la plataforma fuerza la comercialización de lo social, es decir, la incorporación de criterios de eficiencia económica en todas las esferas sociales. La creciente comercialización de la plataforma también está siendo objeto de crítica. El propio Elías, que también fue huésped de Airbnb, hoy se distancia: «Ya no es la idea básica. Por eso lo uso cada vez menos».

Hasta qué punto la forma de operar del régimen de Airbnb, restrictiva y mercantilista, es la causa principal de la creciente desaparición de anfitriones no profesionales de la plataforma, queda por investigar en estudios posteriores (Smigiel et al., 2019; Semi y Tonetta, 2021). Lo que ya se desprende de las entrevistas realizadas, y que otros estudios han confirmado (Roelofsen y Minca, 2018), es que el régimen del portal de alquiler a corto plazo exige una dedica-

ción y un compromiso que los anfitriones no profesionales no siempre pueden o quieren proporcionar. Esto ocasiona su desplazamiento de la plataforma, que termina por estar cada vez más dominada por proveedores comercializados que se centran en el alquiler de domicilios completos y durante buena parte del año. Las consecuencias son un mayor distanciamiento de los principios básicos de la EC y, al mismo tiempo, la creciente mercantilización de la vivienda (Cocola-Gant y Gago, 2019). Airbnb se consolida, así, como un importante actor del capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017).

Referencias bibliográficas

- AALBERS, Manuel (2019). «Introduction to the forum: From third to fifth-wave gentrification». *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110 (1), 1-11.
<<http://dx.doi.org/10.1111/tesg.12332>>
- AIRBNB (2020a). *Öffne deine Türen als Gastgeber:in*. Recuperado de <www.airbnb.de/host/homes> [Fecha de consulta: 12/12/2020].
- (2020b). *A message of our new Global Head of Hosting*. Recuperado de <www.youtube.com/watch?v=D_01kdb1CPo> [Fecha de consulta: 5/12/2010].
- AIRDNA (2020). *Rental cannel: Rental activity*. Recuperado de <www.airdna.co/vacation-rental-data/app/de/sachsen/leipzig/overview> [Fecha de consulta: 5/12/2010].
- ARMAS-DÍAZ, Alejandro; ÖSTREICHER, Marlis y DENZER, Vera (2021). «Das Airbnb-Regime: Das Ende nichtprofessioneller Kurzzeitvermietungen?». *Berichte: Geographie und Landeskunde*, 94 (1), 64-81.
<<https://doi.org/10.25162/bgl-2021-0004>>
- ARMAS-DÍAZ, Alejandro; SMIGIEL, Christian y JANOSCHKA, Michael (2021). «Stadt | Tourismus kritisch hinterfragt – Zur Einführung in ein aufstrebendes humangeographisches Forschungsfeld». *Berichte: Geographie und Landeskunde*, 94 (1), 3-19.
<<https://doi.org/10.25162/bgl-2021-0001>>
- ARMAS-DÍAZ, Alejandro; FRIEDEL, Sarah y HÜBSCHER, Marcus (2022). «Geographien der Enteignung: die Analyse einer touristischen Stadt (Puerto de la Cruz, Kanarische Inseln)». *Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft*, 163, 113-140.
<<https://doi.org/10.1553/moegg163s113>>
- BAIN, Alison L. y LANDAU, Friederike (2019). «Assessing the local embeddedness dynamics of the Baumwollspinnerei cultural quarter in Leipzig: Introducing the POSES Star Framework». *European Planning Studies*, 27 (8), 1564-1586.
<<http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2019.1592120>>
- BECKETT, Antony y NAYAK, Ajit (2008). «The reflexive consumer». *Marketing Theory*, 8 (3), 299-317.
<<http://dx.doi.org/10.1177/1470593108093558>>
- BELK, Russell (2007). «Why Not Share Rather Than Own?». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611 (1), 126-140.
<<http://dx.doi.org/10.1177/0002716206298483>>
- (2010). «Sharing». *Journal of Consumer Research*, 36 (5), 715-734.
<<http://dx.doi.org/10.1086/612649>>
- (2014). «Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0». *The Anthropologist*, 18 (1), 7-23.
<<http://dx.doi.org/10.1080/09720073.2014.11891518>>

- BELK, Russell y LLAMAS, Rosa (2012). «The nature and effects of sharing in consumer behavior». En: MICK, David Glen; PETTIGREW, Simone; PEACHMANN, Cornelia y OZANNE, Julie L. (eds.). *Transformative consumer research for personal and collective wellbeing*. Chicago: Routledge, 653-674.
<<http://dx.doi.org/10.4324/9780203813256>>
- BERNT, Matthias; RINK, Dieter y HOLM, Andrej (2010). «Gentrificationforschung in Ostdeutschland: Konzeptionelle Probleme und Forschungslücken». *Berichte zur Deutschen Landeskunde*, 84 (2), 185-203.
- BIALSKI, Paula (2016). «Authority and authorship: Uncovering the sociotechnical regimes of peer-to-peer tourism». En: RUSSO, Antonio Paolo y RICHARDS, Greg (eds.). *Reinventing the local in tourism*. Buffalo: Channel View Publications, 35-49.
<<http://dx.doi.org/10.21832/9781845415709-005>>
- BOTSMAN, Rachel y ROGERS, Roo (2011). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Nueva York: HarperCollins Publishers.
- BOURDIEU, Pierre (1986). «The Forms of Capital». En: BIGGART, N. W. (ed.). *Readings in Economic Sociology*. Oxford: Blackwell, 280-291.
- BUSCH, Christoph; DEMARY, Vera; ENGELS, Barbara; HAUCAP, Justus; KEHDER, Christiane; LOEBERT, Ina y RUSCHE, Christian (2018). *Sharing economy im Wirtschaftsraum Deutschland*. Berlín: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Recuperado de <https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Gutachten/PDF/2018/BMWi_Brosch_Sharing_Economy_lang_27_8.pdf> [Fecha de consulta: 10/11/2020].
- CANADA, Ernest y MURRAY, Ivan (eds.) (2019). *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo*. Barcelona: Icaria.
- CHENG, Mingming y FOLEY, Carmel (2019). «Algorithmic management: The case of Airbnb». *International Journal of Hospitality Management*, 83, 33-36.
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.009>>
- COCKAYNE, Daniel G. (2016). «Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy». *Geoforum*, 77, 73-82.
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.10.005>>
- COCOLA-GANT, Agustín (2016). «Holiday rentals: The new gentrification battlefield». *Sociological Research Online*, 21 (3), 112-120.
<<http://dx.doi.org/10.5153/sro.4071>>
- COCOLA-GANT, Agustín y GAGO, Ana (2019). «Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement». *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53 (7), 1671-1688.
<<http://dx.doi.org/10.1177/0308518X19869012>>
- COCOLA-GANT, Agustín; JOVER, Jaime; CARVALHO, Luís y CHAMUSCA, Pedro (2021). «Corporate hosts: The rise of professional management in the short-term rental industry». *Tourism Management Perspectives*, 40, 100879.
<<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100879>>
- COLES, Tim (2003). «Urban tourism, place promotion and economic restructuring: The case of post-socialist Leipzig». *Tourism Geographies*, 5 (2), 190-219.
<<https://doi.org/10.1080/1461668032000068306>>
- DEMARY, Vera (2015). *Competition in the sharing economy*. Colonia: Institut der Deutschen Wirtschaft. Recuperado de <https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing_Economy_Policy_Paper.pdf> [Fecha de consulta: 8/11/2020].

- DIRKSMEIER, Peter y HELBRECHT, Ilse (2015). «Resident perceptions of New Urban Tourism: A neglected geography of prejudice». *Geography Compass*, 9 (5), 276-285. <<http://dx.doi.org/10.1111/gec3.12201>>
- DOMÈNECH, Antoni; LARPIN, Blaise; SCHEGG, Roland y SCAGLIONE, Miriam (2019). «Disentangling the geographical logic of Airbnb in Switzerland». *Erdkunde*, 73 (4), 245-258. <<http://dx.doi.org/10.3112/erdkunde.2019.04.01>>
- FARMAKI, Anna y KANIADAKIS, Antonios (2020). «Power dynamics in peer-to-peer accommodation: Insights from Airbnb hosts». *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102571. <<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102571>>
- FARMAKI, Anna y STERGIOU, Dimitrios (2019). «Escaping loneliness through Airbnb host-guest interactions». *Tourism Management*, 74, 331-333. <<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.006>>
- FARMAKI, Anna; STERGIOU, Dimitrios y KANIADAKIS, Antonios (2019). «Self-perceptions of Airbnb hosts' responsibility». *Journal of Sustainable Tourism*. <<http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2019.1707216>>
- FOUCAULT, Michel (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- FREISTAAT SACHSEN (2019). *Ankünfte im Freistaat Sachsen ab 2000 nach Reisegebieten*. Dresden: Statistisches Landesamt. Recuperado de <https://www.statistik.sachsen.de/download/050_W-Handel-Tour-DL/G_IV_1mt003.pdf> [Fecha de consulta: 5/10/2020].
- FRICK, Karin; HAUSER, Mirjam y GÜRTLER, Detlef (2013). *Sharity: Die Zukunft des Teilens*. Zürich: Gottlieb Duttweiler Institute. Recuperado de <<https://www.gdi.ch/de/publikationen/studien-buecher/sharity>> [Fecha de consulta: 14/10/2020].
- FÜLLER, Henning y MICHEL, Boris (2014). «'Stop Being a Tourist!': New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg». *International Journal of Urban and Regional Research*, 38 (4), 1304-1318. <<http://dx.doi.org/10.1111/1468-2427.12124>>
- GARCÍA HERNÁNDEZ, Juan Samuel; ARMAS-DÍAZ, Alejandro y DÍAZ-RODRÍGUEZ, María del Carmen (2020). «Desposesión de vivienda y turistificación en Santa Cruz de Tenerife (Canarias-España)». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 87, 1-38. <<https://doi.org/10.21138/bage.2982>>
- GIL GARCÍA, Javier (2017). «Desigualdades, límites y posibilidades para la transformación del capital en las economías colaborativas». *Redes.com*, 15, 32-67. <<http://dx.doi.org/10.15213/redes.n15.p33>>
- GROSSMANN, Katrin; BONTJE, Marco; HAASE, Annegret y MYKHENKO, Vlad (2013). «Shrinking cities: Notes for the further research agenda». *Cities*, 35, 221-225. <<https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.07.007>>
- GURRAN, Nicole (2018). «Global home-sharing, local communities and the Airbnb debate». *Planning Theory and Practice*, 19 (2), 298-304. <<http://dx.doi.org/10.1080/14649357.2017.1383731>>
- GUTTENTAG, Daniel; SMITH, Stephen; POTWARKA, Luke y HAVITZ, Mark (2018). «Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study». *Journal of Travel Research*, 57 (3), 342-359. <<http://dx.doi.org/10.1177/0047287517696980>>

- HAASE, Annegret y RINK, Dieter (2015). «Inner-city transformation between reurbanization and gentrification: Leipzig, eastern Germany». *Geografie*, 120 (2), 226-250.
- HEINIG, Stephan y HERFERT, Günther (2012). «Leipzig–intraregionale und innerstädtische Reurbanisierungspfade». En: BRAKE, Klaus y HERFERT, Günther (eds.). *Reurbanisierung: Materialität und Diskurs in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 323-343.
<http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-94211-7_18>
- HELLWING, Katharina; MOHART, Felicitas; KOCHER, Bruno y ZISIADIS, George (2014). «Share Your Life and Get More of Yourself: Experience sharing in couchsurfing». *NA-Advances in Consumer Research*, 42, 510-511. Recuperado de <<https://www.acrwebsite.org/volumes/1017655>>.
- HOFMANN, Ulrike (2020). «Tourismus 2019». En: SCHMITT, Christian (ed.). *Statistischer Quartalsbericht I/2020*. Leipzig: Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen, 35-41.
- IKKALA, Tapio y LAMPINEN, Airi (2015). «Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb». *CSCW '15: Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*, 1033-1044.
<<http://dx.doi.org/10.1145/2675133.2675274>>
- MAIER, George y GILCHRIST, Kate R. (2022). «Women who host: An intersectional critique of rentier capitalism on AirBnB». *Gender, Work & Organization*.
<<https://doi.org/10.1111/gwao.12815>>
- MAITLAND, Robert y NEWMAN, Peter (2009). «Developing world tourism cities». En: MAITLAND, Robert y NEWMAN, Peter (eds.). *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. Oxon: Routledge, 1-21.
- MALAZIZI, Nahid; ALIPOUR, Habib y OLYA, Hossein (2018). «Risk perceptions of Airbnb hosts: Evidence from a Mediterranean island». *Sustainability*, 10 (5), 1349.
<<http://dx.doi.org/10.3390/su10051349>>
- MAYRING, Philipp (2007). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. Weinheim, Basilea: Beltz Verlag.
- MERMET, Anne-Cécile (2017). «Airbnb and tourism gentrification: Critical insights from the exploratory analysis of the 'Airbnb syndrome' in Reykjavik». En: GRAVARI-BARBAS, Maria y GUINAND, Sandra (eds.). *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Oxon: Routledge, 52-74.
<<http://dx.doi.org/10.4324/9781315629759>>
- (2021). «Who Is Benefiting from Airbnb?: Assessing the Redistributive Power of Peer-to-Peer Short-Term Rentals». *The Professional Geographer*, 73 (3), 553-566.
<<https://doi.org/10.1080/00330124.2021.1906921>>
- MURRAY, Ivan (2015). *Capitalismo y turismo en España*. Barcelona: Alba Sud.
- NOVY, Johannes y COLOMB, Claire (2016). «Urban tourism and its discontents: An introduction». En: COLOMB, Claire y NOVY, Johannes (eds.). *Protest and resistance in the touristic city*. Oxon: Routledge, 1-30.
<<http://dx.doi.org/10.4324/9781315719306>>
- QUAESTIO (2019). *Untersuchung der Zweckentfremdung von Wohnraum in Leipzig*. Bonn. Recuperado de <<http://ratsinfo.leipzig.de/bi/vo020.asp?VOLFDNR=1014240>> [Fecha de consulta: 3 de octubre de 2020].
- RICHARDSON, Lizzie (2015). «Performing the sharing economy». *Geoforum*, 67, 121-129.
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>>

- ROBERTSON, Dustin; OLIVER, Christopher y NOST, Eric (2020). «Short-term rentals as digitally-mediated tourism gentrification: Impacts on housing in New Orleans». *Tourism Geographies*.
<<http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2020.1765011>>
- ROELOFSEN, Maartje y MINCA, Claudio (2018). «The superhost: Biopolitics, home and community in the Airbnb dream-world of global hospitality». *Geoforum*, 91, 170-181.
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.02.021>>
- SALOM CARRASCO, Júlía y PITTARCH GARRIDO, María Dolores (2021). «Cambios económicos, movilidad residencial y gentrificación en la ciudad de Valencia (2014-2017)». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 67 (3), 521-560.
<<https://doi.org/10.5565/rev/dag.661>>
- SATURNINO, Rodrigo y SOUSA, Helena (2019). «Hosting as a Lifestyle: The Case of Airbnb Digital Platform and Lisbon Hosts». *Partecipazione & Conflitto*, 12 (3), 794-818.
<<http://dx.doi.org/10.1285/i20356609v12i3p794>>
- SEMI, Giovanni y TONETTA, Marta (2021). «Marginal hosts: Short-term rental suppliers in Turin, Italy». *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53 (7), 1630-1651.
<<http://dx.doi.org/10.1177/0308518X20912435>>
- SINGH GARHA, Nachatter (2021). «The spatial penetration of Airbnb in the main tourist cities of Spain: Extent and Determinants». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 68 (1), 167-194.
<<https://doi.org/10.5565/rev/dag.681>>
- SMIGIEL, Christian; HOF, Angela; KAUTZSCHMANN, Karolin y SEIDEL, Roman (2019). «No Sharing!: Ein Mixed-Methods-Ansatz zur Analyse von Kurzzeitvermietungen und ihren sozialräumlichen Auswirkungen am Beispiel der Stadt Salzburg». *Raumforschung und Raumordnung*, 78 (2), 153-170.
<<http://dx.doi.org/10.2478/rara-2019-0054>>
- SRNICEK, Nick (2017). *Platform capitalism*. Cambridge: Wiley.
- STABROWSKI, Filip (2017). «'People as businesses': Airbnb and urban micro-entrepreneurialism in New York City». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10 (2), 327-347.
<<http://dx.doi.org/10.1093/cjres/rsx004>>
- STADT LEIPZIG (2020). *Leipziger Informationssystem*. Recuperado de <www.statistik.leipzig.de>.
- STORS, Natalie (2020). «Constructing new urban tourism space through Airbnb». *Tourism Geographies*.
<<http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2020.1750683>>
- STORS, Natalie y KAGERMEIER, Andreas (2015). «Motives for using Airbnb in metropolitan tourism: Why do people sleep in the bed of a stranger?». *Regions Magazine*, 299 (1), 17-19.
<<http://dx.doi.org/10.1080/13673882.2015.11500081>>
- (2017). «Airbnb-Gastgeber als Akteure im New Urban Tourism». *Geographische Zeitschrift*, 105 (3/4), 190-224.
- WACHSMUTH, David y WEISLER, Alexander (2018). «Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy». *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50 (6), 1147-1170.
<<http://dx.doi.org/10.1177/0308518X18778038>>

WOSKOW, Debbie (2014). *Unlocking the sharing economy*. Londres: Department for Business, Innovation and Skills. Recuperado de <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/378291/bis-14-1227-unlocking-the-sharing-economy-an-independent-review.pdf> [Fecha de consulta: 10/10/2020].

YRIGÓY, Ismael (2017). «Airbnb en Menorca: ¿Una nueva forma de gentrificación turística? Localización de la vivienda turística, agentes e impactos sobre el alquiler residencial». *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21. <<https://doi.org/10.1344/sn2017.21.18573>>

