



Anales del Instituto de Arte Americano
e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo"

■ ESPACIO DISPONIBLE: DOMESTICIDAD Y VIVIENDA EN LA PLATAFORMA AIRBNB

Paloma Carignani y Gabriela Gugliottella



CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Carignani, P. y Gugliottella G. (2023). Espacio disponible: domesticidad y vivienda en la plataforma Airbnb. *Anales del IAA*, 53(1), pp. 1-14. Recuperado de: <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/4771773>

Anales es una revista periódica arbitrada que surgió en el año 1948 dentro del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo" (IAA). Publica trabajos originales vinculados a la historia de disciplinas como el urbanismo, la arquitectura y el diseño gráfico e industrial y, preferentemente, referidos a América Latina.

Contacto: iaa@fadu.uba.ar

* Esta revista usa Open Journal Systems 2.4.0.0, un *software* libre para la gestión y la publicación de revistas desarrollado, soportado, y libremente distribuido por el Public Knowledge Project bajo Licencia Pública General GNU.

Anales is a peer refereed periodical which first appeared in 1948 in the IAA. The journal publishes original papers about the history of disciplines such as urban planning, architecture and graphic and industrial design, preferably related to Latin America.

Contact: iaa@fadu.uba.ar

* This journal uses Open Journal Systems 2.4.0.0, which is free software for management and magazine publishing developed, supported, and freely distributed by the Public Knowledge Project under the GNU General Public License.

ESPACIO DISPONIBLE: DOMESTICIDAD Y VIVIENDA EN LA PLATAFORMA AIRBNB

AVAILABLE SPACE: DOMESTICITY AND HOUSING ON THE AIRBNB PLATFORM

Paloma Carignani *



<https://orcid.org/0009-0004-0127-3817>

Gabriela Gugliottella **



<https://orcid.org/0009-0006-9841-7729>

Anales del IAA #53 (1) - enero / junio de 2023 - (1-14) - ISSN 2362-2024 - Recibido: 29/09/2022 - Aceptado: 10/01/2023.

■■■ Este artículo analiza las relaciones entre vivienda, decoración y domesticidad a partir de anuncios, fotografías y objetos publicados en la plataforma de alquileres temporarios *Airbnb* en Buenos Aires. ¿Cómo se representa la dimensión espacial y sus modos de domesticidad? ¿Qué operaciones del campo de la arquitectura y el diseño se presentan como garantía de distinción? ¿Qué categoría se utiliza para construir un sentido arquitectónico dominante? El objetivo es revisitarse la narrativa sobre la vivienda en la sociedad actual. La hipótesis que da inicio a esta investigación sostiene que en las interacciones de orden público se establecen normas y se discuten reglas para la construcción de sentidos sobre la vivienda. La relevancia de estudiar dichos sentidos, que circulan en las redes sociales, se sostiene en el impacto que pueden tener en los procesos proyectuales de la producción de vivienda y en cómo desde allí se desprenden significaciones sociales.

PALABRAS CLAVE: arquitectura, decoración, domesticidad, *Airbnb*.

REFERENCIAS ESPACIALES Y TEMPORALES: Buenos Aires, siglo XXI.

■■■ This article analyzes the relationships between housing, decoration and domesticity from advertisements, photographs and objects of the temporary rental platform *Airbnb* in Buenos Aires. How are the spatial dimension and its modes of domesticity represented? Which operations of the architectural and design fields are presented as a guarantee of distinction? Which category is used to build a dominant architectural sense? The objective is to revisit the narrative about housing in today's society. The hypothesis that guides this research is that in public interactions norms are established and rules are discussed for the construction of the meaning about housing. The relevance of studying the senses that circulate in social networks is sustained by the impact that they might have on the design processes of housing production and the social meanings that are derived from there.

KEY WORDS: architecture, decoration, domesticity, *Airbnb*.

SPACE AND TIME REFERENCES: Buenos Aires, XX1st Century.

* Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA).

** Facultad de Filosofía y Letras; Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires (FFyL-UBA; FADU-UBA).

Este trabajo es parte de una tesis de Maestría, construida a partir del corpus bibliográfico de la asignatura Diseño y Estudios de Género –Cátedra Flesler– de la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, la cual también fue presentada en otros congresos del campo de la arquitectura.

¿Qué es *Airbnb*? Lujo y comodidades en tiempo breve

Desde su surgimiento en 2008, la plataforma digital de alquileres temporarios llamada *Airbnb* se ha estudiado ampliamente por su rol en las configuraciones urbanas de las grandes ciudades del mundo.¹ Allí se presenta desde las publicaciones la posibilidad de usufructuar casas, departamentos completos o habitaciones por un corto periodo de tiempo y bajo ciertas condiciones preestablecidas por la empresa. En Buenos Aires, al momento de este trabajo, se encuentran publicados en *Airbnb* 13.874 departamentos completos, 2.010 habitaciones privadas, 191 habitaciones compartidas y 120 habitaciones de hotel según *Inside Airbnb*, la página web que registra y comunica los datos de la empresa. Su impacto no radica solo en quienes finalmente se alojan en estos espacios, sino también en quienes indagan en sus contenidos publicados. Las narrativas expuestas en la plataforma se analizarán en este trabajo bajo el entendimiento de que este tipo de intercambios se producen dentro del contexto de expansión de lo que se denomina capitalismo de plataformas (Srnicek, 2021). Es decir, el sistema de medios cuyo conglomerado de plataformas digitales registra diariamente los patrones de conducta de miles de usuarios de todo el mundo desde sus servicios.

Si bien *Airbnb* se presenta en el mercado como una construcción colaborativa entre consumidores y anfitriones, en su distinción *Airbnb Plus* las publicaciones responden a un decálogo de sugerencias de expertos en decoración y presentan imágenes tomadas por fotógrafos profesionales de la empresa. *Airbnb Plus* garantiza la “calidad del diseño” del departamento a alquilar temporalmente, con el detalle de las cualidades asociadas al “buen diseño”.

Este artículo es parte de una investigación de estudios de posgrado que se focaliza en los discursos sobre la vivienda y analiza el caso de *Airbnb Plus* por el ya mencionado rol de las empresas en la fase actual del capitalismo. Los productos comerciales que estas empresas promocionan tienen asociadas aspiraciones de distinción social y para ello utilizan la arquitectura y el diseño como diferenciales. De este modo, se indagará sobre las categorías que son utilizadas con este propósito. Hoy, un siglo después de los primeros estudios disciplinares sobre la vivienda, se presenta a *Airbnb* como un engranaje a considerar dentro de la historiografía de las disciplinas proyectuales por presentarse como garante de “buen diseño”.

En búsqueda del buen diseño

La hegemonía en las disciplinas del diseño y la arquitectura está estrechamente vinculada con lo establecido y reproducido desde mediados del siglo XIX e inicios del siglo XX por el Movimiento Moderno. Sus exponentes exploraron nuevos tipos de expresión al diseñar desde la conceptualización, simplificación, fragmentación y racionalización. Cada disciplina indagó en su propia materialidad. Alejo Martínez, uno de los referentes de la arquitectura moderna en Argentina afirmaba:

Cuando un pequeñísimo grupo luchaba, allá por los años de 1925 a 1930, por imponer las nuevas ideas, defendíamos el plano funcional, la simplicidad de la estructura, la verdad en el material, la casa para la escala del hombre ¿todo esto no aparece netamente aquí? Sí, pero aparece algo más, algo que por exceso de ortodoxia lo habíamos olvidado: la humanización de la casa (Martínez, 1941, p. 363).

La gran mayoría de aquello que, en nuestro días, es plausible de ser reconocido como “buena arquitectura”, en la plataforma se alinea en gran medida con esos manifiestos de los denominados maestros del Movimiento Moderno. Si bien la historiografía ha logrado demostrar la heterogeneidad de materializaciones dentro del Movimiento Moderno, esta corriente ha ocupado un lugar indiscutible dentro de la disciplina. En Buenos Aires comienza a tomar mayor relevancia en el público en general desde la sanción de la Ley de Propiedad Horizontal en 1948. Poco tiempo antes del decreto de la gratuidad universitaria, se crea la Facultad de Arquitectura y Urbanismo en la Universidad de Buenos Aires y se difunden masivamente las propuestas que Martínez enumera, ya que se suman a la tarea docente quienes impulsaban estas ideas desde sus estudios e instituciones del campo disciplinar (Liernur, 2001; Devalle, 2009). La “tradicción selectiva” (Williams, 1980) de las prácticas de la arquitectura y el diseño se vuelven parte del imaginario colectivo en las representaciones de las revistas femeninas, de decoración, películas y diarios, entre otros (Ballent y Liernur, 2014; Ballent, 2008; Cosse, 2011; Preciado, 2010). Desde ese entonces, circulan las fotos de interiores de viviendas, lo que constituye un tema de investigación que aporta insumos para el análisis de la domesticidad y el gusto:

[...] lo que sí nos indican las imágenes es qué podía ser visto como deseable, como valioso, como positivo, lo que podía producir placer apreciar a través de la vista en cada momento. En otras palabras, qué imágenes y qué narraciones visuales eran capaces de interpelar a cierto público en cada momento, no tanto porque replicaran su experiencia de vida, sino por su capacidad de seducirlo, condensando y estimulando a través de formas visuales, ciertos valores y expectativas, tal vez difusos como ideas o pensamientos pero precisos como imágenes (Ballent, 2008, p. 593).

Consumir la arquitectura y asignarle un valor, se produce de manera más o menos consciente sobre “una reserva tradicional de signos” (Barthes, [1982]1986, p. 15). La construcción de esta reserva se ejerce por quienes producen y reproducen ciertos sentidos por sobre otros. Es decir, la “reserva de sentidos” componen el canon de la arquitectura que constituye lo que se entiende por “buen diseño”.

Cualquier sociedad o cultura tiende, con diferentes grados de clausura, a imponer sus clasificaciones del mundo político, social y cultural. Estas constituyen el orden cultural dominante aunque nunca sea unívoco o no contestado. La cuestión de la ‘estructura de discursos dominantes’ es un punto crucial (Hall, [1980]1993, p. 130).

La relevancia de estudiar los discursos sobre la vivienda que se presentan en la plataforma *Airbnb* debe encuadrarse en algunas conceptualizaciones que ya se plantearon en la historiografía del campo. Las prácticas del alquiler temporal, del subalquiler o el hecho de compartir la vivienda no son prácticas nuevas. Las viviendas de los migrantes en Buenos Aires eran compartidas, tal como se refleja en los datos censales (Ballent, 2004; Aboy, 2008). Asimismo, se ha estudiado que, desde mediados del siglo XIX, las prácticas residenciales se transformaron con anterioridad a las formas arquitectónicas y sus estéticas (Ballent, 1998). Lo que interesa en este trabajo es destacar los sentidos sobre la vivienda que se reproducen en las narrativas de *Airbnb* como alertas de posibles cambios en el pensamiento proyectual.

La hipótesis que da inicio a esta investigación sostiene que, en las interacciones de orden público en *Airbnb Plus*, se establecen normas y se discuten reglas para la construcción de sentido sobre la vivienda. Esta normalización, que puede resultar imperceptible, impacta en los hábitos de consumidores, habitantes, proyectistas y modifica sus intereses. La movilidad ascendente y la mejora en la calidad de vida son las promesas para quienes consumen el “buen diseño”. *Airbnb Plus* construye desde sus sugerencias marcos de inteligibilidad cultural que definen, reconocen y valoran ciertas características espaciales por sobre otras. Esto reconfigura la *praxis* arquitectónica.

Buscá la insignia: *Airbnb Plus*

En 2018, *Airbnb* lanzó el servicio *Airbnb Plus* con alojamientos ofrecidos por “Superanfitriones”, la categoría que la empresa le otorga a aquellos usuarios propietarios que cumplen con determinados requerimientos. Los expertos “en persona” son quienes revisan los espacios y discursos de las publicaciones para otorgarle la insignia “*Plus*” a la publicación y, por consiguiente, a esa vivienda que se presenta. Para su aprobación, debe cumplir con las premisas que *Airbnb* impone, de las cuales destaca la “calidad del diseño”:

Alojamientos cuidadosamente diseñados. Anfitriones excepcionales. Calidad verificada. *Airbnb Plus* es una selección de alojamientos de la mejor calidad cuyos anfitriones cuentan con evaluaciones excelentes y cuidan hasta el más mínimo detalle. Todos los alojamientos se verifican mediante una inspección de calidad (en persona) para asegurar su calidad y diseño. Buscá la insignia.²

Eric Baldwin al entrevistar a la responsable del diseño interior de las oficinas de *Airbnb*, Rachael Harvey, sentencia: “la compañía ha comenzado a moldear el futuro de cómo vivimos y trabajamos”.³ Consultada por su rol, Harvey presenta cómo la determinación de la decoración en cada publicación está estrechamente vinculada a los conceptos que la empresa prioriza en su marketing:

Nuestros principios consisten en crear espacios que se sientan confortables, placenteros, domésticos y cuando tenemos mucha suerte, que unan y transformen a los usuarios. Veo el diseño como un vehículo para crear confianza y, en última instancia, el sentido necesario de pertenencia para que los huéspedes se adentren en lo desconocido (Baldwin, 2019).

El “diseño”, término elegido para referirse a la decoración de interior de las viviendas, es algo relevante para *Airbnb*. La empresa participa activamente de publicaciones digitales de interés disciplinar con noticias que destacan sus intereses por el diseño y las experiencias de “vivir como un local”.⁴ Dentro de los productos del “Centro de recursos” que ofrece su página web, la sección “Ideas de diseño” incluye artículos y videotutoriales realizados por la empresa. Asimismo, *Airbnb Design*, al igual que una clásica revista de divulgación, es un producto desde donde propician charlas y publican artículos de interés sobre distintas temáticas del diseño. Para lograr establecer qué características, estilos e incluso elementos iban a ser reco-

mendados, los expertos agrupados en el área de la empresa denominada *Airbnb Environment* discutieron hasta cuántas almohadas por persona son necesarias en una vivienda:

Para garantizar un alto nivel de calidad, tuvimos que comenzar por establecer estándares de calidad globales. Una vez que nos sentimos lo suficientemente seguros en la lista de verificación de más de 100 puntos que desarrollamos, nos dispusimos a comenzar una fase piloto en Los Ángeles.⁵

En la definición de estándares, el equipo de *Airbnb* entrevistó a huéspedes en busca de factores comunes determinantes en las elecciones de sus alquileres y el resultado obtenido es que quien acude lo hace para “sentirse como en su casa”:

Así que trabajamos un poco para definir qué significa "hogar" para nosotros en *Airbnb*. Aterrizamos en un espacio que se siente cuidado y amado, un espacio con una persona detrás que reconoce y da la bienvenida a los invitados. El hogar es un refugio seguro cuando se exploran nuevos lugares. Debe sentirse cómodo y humano, con un alma y una historia que contar. Las casas tienen personalidades.⁶

Debe ponerse sobre relieve que *Airbnb* tuvo en sus orígenes tensiones con la industria hotelera por la disputa de la demanda. Por lo que se puede deducir, anunciar que su oferta tiene por detrás personas y pluralidades tiene como intención un posicionamiento de la marca entre el afluente del consumo. Habrá que detenerse en la construcción de ese posicionamiento que utiliza la idea de hogar y la define con un despliegue de recursos.

Un caso que comprueba el vínculo construido por la empresa con la escena del campo arquitectónico es el del “Fondo único”, un programa de *Airbnb* con un presupuesto de un millón de dólares que buscaba financiar la construcción de diez viviendas singulares.⁷ El jurado a cargo de la elección era: Kristie Wolfe, una de las *Superanfitrionas*; Billy Porter, un actor y cantante estadounidense al que la empresa describió como portador de un “innovador estilo personal”; y, por último, el estudio de arquitectura MVRDV.⁸ La difusión del concurso destaca al estudio, fundado en Rotterdam, Países Bajos, con obras en distintas ciudades del mundo, por la innovación en las soluciones arquitectónicas que desafían los límites. En las imágenes elegidas para presentar al jurado se puede apreciar el guiño que la empresa hace a quienes construyen la identidad de marca deseada: los anfitriones que han sido remarcados, representados en Wolfe, los medios de comunicación y las tendencias de las redes sociales.

Airbnb se presenta como una “tecnología doméstica”, un espacio desde donde la empresa comanda la reproducción de los modos de domesticidad dominantes mediante sus sugerencias y regulaciones. Las prácticas en el habitar se tornan orquestadas y coreografiadas con dispositivos técnicos de vigilancia y reproducción visual. *Airbnb* opera como una producción pública de lo privado, como un espectáculo de la domesticidad que parte desde sus publicaciones.

El estudio de las domesticidades siempre contuvo obstáculos para el abordaje de fuentes y datos primarios, por tratarse de información del mundo privado. Este caso de estudio analiza los modos de domesticidad ya establecidos, a la manera que lo hacían las revistas de decoración, y como una forma de aproximación a nuevas prácticas del habitar doméstico contemporáneo. De este modo, más que proporcionar afirmaciones concluyentes, en este artículo se plantean interrogantes y se presentan cruces posibles.

En la actualidad, el orden de lo doméstico se complejiza, como advierten Atxu Amann y Flavio Martella (2020): “El nuevo tiempo doméstico es a la vez público y privado, material y virtual, local y global, en un mercado laboral de 24 horas de actividad que reconfigura la acción arquitectónica más allá de sus fronteras convencionales”. Así, la idea de espacio doméstico está cada vez más separada de un lugar fijo. El plano virtual permite nuevas formas de vivir y habitar la vivienda. Este recurso es tomado por *Airbnb* en la construcción de una domesticidad normada y performática.

Un caso interesante es el sucedido durante el aislamiento sanitario preventivo a causa de la pandemia del COVID-19, que forzó a *Airbnb* a repensar su vínculo con los usuarios. La industria vinculada al turismo sufrió graves pérdidas económicas y, si bien hay autores que registran una dispersión geográfica hacia mercados menos saturados y zonas rurales, la manera de mantenerse activa y en contacto con sus usuarios cambió y merece una mención especial en este trabajo. Toda persona registrada recibió de parte de la empresa la posibilidad de descargarse imágenes de viviendas para utilizar de fondo en las videollamadas, masivamente populares en esos años (Figura 1).

Estas imágenes de fondo en las videollamadas componen vistas de espacios amplios con vistas al exterior: horizontes de playa, bosques o grandes patios. Espectaculares sillones, sillas –elementos que se convierten casi en un fetiche– y mesas de diseño son algunos de los objetos que enmarcan los espacios propuestos. Esos muebles ocupan un lugar central para recrear espacios de reunión y disfrute. Se proyectan como miradores privilegiados.

A su vez, la premisa de la empresa sobre la estadía temporaria y nómada se hace presente en la descripción de las imágenes: ¿qué mejor manera de iniciar una conversación que cambiar tu fondo cada día?

Hasta aquí se buscó comprobar la intervención de la empresa en las interacciones en *Airbnb Plus* y cómo resultan relevantes las narrativas sobre la arquitectura y modos de domesticidad. Este lente desde la cultura de la conectividad intenta aportar a la crítica historiográfica de la vivienda. Esta domesticidad normada y performática es ofertada como una experiencia de consumo que aporta distinción.

Lo que importa es el detalle: pautas sociales de distinción

Son casas modernas, prácticas y con un toque de arte en los objetos, la mezcla de muebles antiguos con nuevos, cuadros de diseño gráfico basados en la arquitectura porteña lo que ya es una invitación e inspiración para los paseos. La estructura de toda la casa nos hace sentir en una casa acogedora. Sin dudar hay que elegir una de estas casas para SENTIR Buenos Aires. Ya quiero que todos mis amigos vivan esta experiencia.¹⁰

El huésped Bruno destaca en este fragmento de su larga reseña sobre una vivienda (Figura 2) cuán “modernos” fueron los espacios del departamento alquilado y caracteriza la pertenencia de su decoración. Este tipo de comentarios se repiten y merecerían sistematizarse en futuras investigaciones. Lo que puede empezar a vislumbrarse dentro del alcance de este trabajo es el vínculo directo entre las categorías de modernidad, neutralidad y funcionalidad. Sobre esta idea parece pertinente retomar lo revisitado por Griselda Flesler sobre cómo la narrativa del



Figura 1:
Imágenes de
fondo para video-
llamadas. Fuente:
Página web oficial
de Airbnb.⁹



Figura 2: Imágenes de una vivienda publicada. Fuente: Página web oficial de Airbnb.¹¹

Movimiento Moderno a lo largo del siglo XX dio forma a la percepción de la disciplina como discurso del diseño centrado en la funcionalidad y la retórica de la neutralidad (Flesler, 2015).¹²

En *Airbnb Plus* se despliegan narrativas que impulsan experiencias del habitar desde y para una distinción social, tal como lo presenta la obra de Pierre Bourdieu *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* ([1979]1998). Las sugerencias contienen en sus proclamas categorías asociadas al “buen diseño” que consolidan los sentidos dominantes binarios y esencialistas y, como marcan las investigaciones propuestas por Valeria Durán y Flesler (2021), constituyen exclusiones. En este juego asimétrico de posiciones diferenciales que se da en la valoración de un departamento, entra en juego la carga distintiva que implica volverse “habitante temporal”. *Airbnb Plus*, en su rol de educar a los usuarios, justifica y legitima estos sentidos dominantes sobre el campo de la producción de la vivienda. Cada usuario replica, a su vez, la selección y consagración del contenido del canon arquitectónico.

Tal es el caso de las ocho ofertas de alquileres que impulsa Eugenia, la *Superanfitrióna* (Figura 3). En todos los casos, se apela a un sillón de color estridente de pies esbeltos que contrasta con el color pleno de una de las paredes, se elige una planta de interior y muebles de madera más clásicos, en convivencia con una silla de diseño de autor, como las Eames que se observan en estas imágenes. Los almohadones aportan textura y color al igual que las imágenes enmarcadas en la pared a la manera de galería.

En la publicación, el objetivo de la selección de las fotografías propone algo más ambicioso que describir las cualidades espaciales de la vivienda ofertada. Las fotos posibilitan la manipulación de los sentidos (Fontcuberta, 1997) y el hiperrealismo al adornar con objetos de uso cotidiano, no son solo parte de una voluntad decorativa. Las fotografías diseñadas permiten adentrarse en la *supuesta* cotidianidad de una vivienda en Buenos Aires, en un retrato del hábitat de la *city* porteña. En los *Modos de ver* (Berger, [1972]2005) la publicidad se sirve de la referencia al arte del pasado para mostrar riqueza. Mobiliario, objetos artísticos y la aparición de determinadas marcas aparecen como guiños y referencias al “buen diseño”, como muestras de jerarquía y prestigio. El lujo permitido no cae mecánicamente en el capitalismo, dice Gilles Lipovetsky (2007), el lujo se configura como una obligación social. Se despliega una división social en las manera de estar, dormir, comer y, en términos generales, vivir. Aparece la marca como el emblema de la mercancía del mundo moderno. Las galerías de imágenes permiten el avistaje de decoración de “buen gusto”, que tiene clara relación con la selección de objetos, disposición en el espacio y prácticas vinculadas a ellos. Las vistas panorámicas de la ciudad son reproducibles en imágenes y vistas de *Instagram* y *Facebook*. Ese goce inmediato de contacto con el hedonismo. Las imágenes de detalles del mobiliario, las composiciones de color y el detenimiento en espacios de descanso son centrales (Figura 4).

La misma plataforma ofrece asesoramiento donde señala que “a los huéspedes les encanta quedarse en alojamientos con personalidad. Si tienes una chimenea, obras de arte originales o una barbacoa en el patio, ¡no olvides hacerles fotos!”¹³

De esta manera, se propone un estudio de diversos aspectos de *Airbnb Plus* a partir del escrutinio de imágenes, ilustraciones, títulos, entre otros aspectos relevantes para la investigación. *Airbnb* no sólo vende alojamiento temporario, vende una experiencia de comodidad, distinción y lujo al utilizar la arquitectura y la decoración como diferenciales. Lipovetsky y Elyette Roux plantean (2004) que con la generalización del consumo, el lujo adquiere nuevas proporciones en nuestra sociedad. Ya no se trata de un fenómeno marginal limitado a una élite minoritaria, sino que se ha convertido en un sector de la economía por derecho propio.



Figura 3: Fotografías de departamentos en alquiler publicados por la Superanfitriona Eugenia. Fuente: Página web oficial de Airbnb.¹⁴



Figura 4: Objetos decorativos publicados en la plataforma. A la izquierda: fotografía completa. A la derecha: detalle de objetos decorativos. Fuente: Página web oficial de Airbnb.

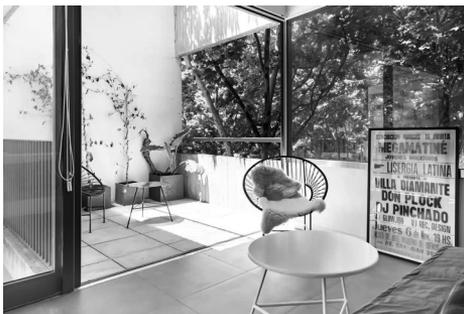


Figura 5: Fotografía ejemplo de decisiones proyectuales. Fuente: Página web oficial de Airbnb.¹⁵

En la fotografía 5 se presentan decisiones proyectuales en un departamento de un ambiente de aproximadamente 30m², en el cual se evidencia la estructura de hormigón armado y los grandes cerramientos de vidrio. Es significativa la similitud con la Figura 1 difundida por la empresa durante el COVID. Además de la fuerte presencia de la materialidad, en las dos imágenes se hace foco, por un lado, en el vínculo fluido entre el exterior y el interior y, por el otro, en el protagonismo de piezas de diseño industrial de autor. Se muestran espacios amplios, luminosos, blancos, objetos significativos dispuestos en orden en la búsqueda de afirmar la singularidad, señal de la democratización de los deseos de lujo.

Las imágenes dispuestas en la web permiten “bucear” como *voyeur* en espacios entre íntimos y públicos a la manera de una revista de diseño y decoración. El placer de lo escópico se conjuga con la promesa de una experiencia única. Se pueden elegir “estilos” decorativos: industrial, antiguo, ecléctico, bajo una categoría *plus*. Asimismo, los títulos remiten a una referencia que invita a la experiencia sensorial distinguida: “solarium con vistas infinitas al océano”, “Estudio romántico”, “Casa con inspirador jardín”, “Increíble estudio elegante y con encanto en Recoleta”. También aparecen las referencias a los encuentros de pareja: “Preciosa cita”, “Nido de amor”, entre otros. Este podría ser uno de los temas a trabajar en un futuro.

El dispositivo vivienda

La vivienda como dispositivo ha sido estudiada ampliamente por la historiografía de la disciplina, pero se presenta la posibilidad de ser revisitada en un nuevo contexto histórico, con un nuevo formato. Las problematizaciones que han impulsado investigadores como Jorge F. Liernur, Anahí Ballent y otros, como integrantes del Programa de Estudios Históricos de la Construcción del Habitar (PEHCH), fueron relevantes a la hora de asignarle a los estudios sobre la vivienda un lugar central. Promovieron un territorio de interés y aportes de los trabajos individuales y colectivos del Dipartimento di Storia dell'Architettura (DSA) del Istituto Universitario di Architettura di Venezia (IUAV). Las metodologías implementadas por Manfredo Tafuri, Francesco Dal Co y Georges Teyssot habilitaron pensar las articulaciones entre los aportes de Michel De Certeau, Walter Benjamin, Michel Foucault y otros con el estudio de la vivienda moderna (Ballent, 2019).

En esta investigación se propone concebir a *Airbnb* como una plataforma en términos de lo planteado por Tarleton Gillespie (2010) como dispositivos, es decir, como espacios políticos que habilitan un intercambio que, al igual que las interacciones sociales bajo cualquier otro formato, se vuelven normadas bajo la discursividad dominante y, en este caso, acentuada por las regulaciones y sugerencias de *Airbnb Plus*. Las plataformas, según el enfoque de la teoría “actor red”,¹⁶ a la que apela Gillespie, no pueden considerarse artefactos, sino un conjunto de relaciones que deben ser sostenidas por su performance constante, donde *Airbnb* se comporta como un “mediador”: no solo los permite, sino que moldea los comportamientos de quienes lo utilizan. De esta manera, se diferencia de los términos “proveedor”, “distribuidor” o “red” y evita la idea de neutralidad (Van Dijck, 2019) al destacar las relaciones de poder. Es decir, antes de habitar el departamento, la experiencia ha sido prefigurada por la empresa. En la obra de Susan Sontag *Sobre la fotografía* ([1977]1981), la autora estadounidense plantea que esta prefiguración se genera con el fin de disminuir la absoluta sorpresa o la incomprensión al llegar. La experiencia de vivir en un *Airbnb Plus* se moldea por la empresa

desde el primer contacto con la publicación, mucho antes de habitar el departamento. Las herramientas son las imágenes y los textos que componen tanto las descripciones como los comentarios hechos por los huéspedes en las publicaciones.

Revisten de interés los aportes del filósofo feminista Paul Preciado, quien retoma la obra de Foucault y presenta a la arquitectura como una “tecnología de género” (de Lauretis, 1991) capaz de moldear cuerpos y modos de habitar. En *Pornotopía: arquitectura y sexualidad en Playboy durante la Guerra Fría* se analizan las ediciones de la famosa revista y se describen como “ficciones mediáticas de lo público y lo doméstico” (Preciado, 2010, p. 44). Su contenido se vuelve dispositivo “para poder controlar el campo del significado social” (de Lauretis, 1991). Son estos los aportes que constituyen una articulación que permite profundizar, desde estas conceptualizaciones, la discursividad de *Airbnb Plus*.

La creciente visibilización de las teorías feministas en el campo del diseño y la arquitectura profundizan las discusiones sobre la producción de vivienda hacia las relaciones de poder. Es desde los estudios de género, por ejemplo, que se empiezan a destacar las exclusiones que escondían los manifiestos del Movimiento Moderno y el Estilo Internacional, los cuales se reproducen a diario en la praxis proyectual. El caso de estudio elegido, *Airbnb*, reabre viejos interrogantes y propicia nuevas articulaciones con los estudios culturales de la conectividad.

Reflexiones finales

Los algoritmos, los protocolos y las configuraciones por default moldean de manera profunda las experiencias culturales de las personas. El teórico de medios David Beer (2009) caracteriza como “poderoso, oblicuo y poco visible” al aparato de información de la conectividad actual.

Si bien las discusiones sobre el rol de la producción de la vivienda tienen un lugar preponderante en los debates disciplinares, este caso de estudio permite pensar en nuevos interrogantes, en un nuevo modelo de negocios donde las empresas monopólicas son capaces de extraer y controlar una inmensa cantidad de datos. Así como las instituciones estatales modernas fueron estudiadas durante el siglo anterior, cabe preguntarse por el rol de estas empresas vinculadas al desarrollo del software en la sociedad.

De esta manera, este trabajo analizó los discursos dominantes en *Airbnb Plus* en Buenos Aires y constituye un disparador para investigar el cruce entre lo doméstico, la vivienda y sus representaciones. La plataforma se conforma en una tecnología doméstica que señala maneras de habitar y valorar el espacio que impactan en los hábitos de consumidores, habitantes y proyectistas. La discursividad sobre la vivienda ideal ha encontrado en *Airbnb* un nuevo espacio de reproducción de sentidos dominantes.

NOTAS

1 *Airbnb* está considerado como uno de los ocho gigantes mundiales de las compañías tecnológicas. Mientras que a inicios de este siglo se destacaban Google, Amazon, Facebook y Apple (GAFA), alcanzada la década de 2010 las NATU-Netflix, *Airbnb*, Tesla, Uber- crecen y reafirman su poderío.

2 Recuperado de: <https://www.airbnb.com.ar/plus/> (consultado en diciembre de 2019).

3 Recuperado de: archdaily.cl/cl/928818/rachael-harvey-co-fundadora-de-airbnb-environments-habla-sobre-diseno-interior-y-espacios-de-trabajo?ad_medium=gallery

4 *Ídem supra*.

5 Recuperado de: <https://airbnb.design/plus-personality/> (traducción de las autoras).

6 *Ídem* 2.

7 Recuperado de: https://www.airbnb.com.ar/d/uniquefund?utm_medium=website&utm_source=archdaily.cl

8 El estudio fundado por Winy Maas, Jacob van Rijs y Nathalie de Vries en la década del 1990 en Países Bajos proyecta hasta hoy en día para 47 países.

9 Recuperado de: news.airbnb.com/es/un-interior-con-vistas-fondos-para-disfrutar-del-paisaje-desde-casa/

10 Recuperado de: https://www.airbnb.com.ar/rooms/plus/1745691/reviews?adults=2&children=0&infants=0&pets=0&check_in=2023-02-22&check_out=2023-02-28&source_impression_id=p3_1674845238_hvyRtrinHzmHN5oW

11 Recuperado de: [airbnb.com.ar/rooms/plus/1745691?adults=2&children=0&infants=0&pets=0&check_in=2023-02-22&check_out=2023-02-28&source_impression_id=p3_1674845238_hvyRtrinHzmHN5oW&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1574304204](https://www.airbnb.com.ar/rooms/plus/1745691?adults=2&children=0&infants=0&pets=0&check_in=2023-02-22&check_out=2023-02-28&source_impression_id=p3_1674845238_hvyRtrinHzmHN5oW&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=1574304204)

12 Artículo completo recuperado de: <https://congresoartes.wordpress.com/invitados/242-2/>

13 Recuperado de: airbnb.es/help/article/746

14 Recuperado de: airbnb.com.ar/users/show/5428370

15 Recuperado de: [airbnb.com.ar/rooms/plus/10728493?adults=2&children=0&infants=0&pets=0&check_in=2023-02-03&check_out=2023-02-05&source_impression_id=p3_1674688602_1%2BDwEobP0RapCAbA&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=67067053](https://www.airbnb.com.ar/rooms/plus/10728493?adults=2&children=0&infants=0&pets=0&check_in=2023-02-03&check_out=2023-02-05&source_impression_id=p3_1674688602_1%2BDwEobP0RapCAbA&modal=PHOTO_TOUR_SCROLLABLE&modalItem=67067053)

16 Bruno Latour, Michel Callon y otros investigadores del Centro de Sociología de la Innovación de Mines Paris Tech Francia iniciaron los estudios que consideran igualmente relevantes a las personas, la tecnología y los discursos. La teoría actor-red tiene potencialidad explicativa en esta investigación por la forma de abordar la sociedad, al tener en cuenta el impacto de Internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aboy, R. (2008). Arquitecturas de la vida doméstica. Familia y vivienda en Buenos Aires, 1914-1960. *Anuario IEHS*, 23, pp. 355-384.
- Amann, A. y Martella, F. (2020). *Hacia la domesticidad desde el género. Casa, hogar, vivienda, domesticidad*. Aquitexto [Online]. Recuperado de: <https://arquitexto.com/2020/09/hacia-la-domesticidad-desde-el-genero-casa-hogar-vivienda-domesticidad/> [Consultado el 15 de septiembre de 2022].
- Ballent, A. (1998). La vivienda masiva. Salvación y caída de la arquitectura del siglo XX. *Revista 47 al Fondo*, 3.
- -----(2004). Perón en la ciudad sin esperanza. La política y las políticas urbanas en Buenos Aires. En P. Berrotarán, A. Jáuregui y M. Rougier (Comps.), *Sueños de bienestar en la Nueva Argentina. Estado y políticas públicas durante el peronismo, 1946-1955*. (pp. 301-325). Buenos Aires, Argentina: Editorial Imago Mundi.
- -----(2008). "Tres veces Claudia: renovación de la prensa, las imágenes de la mujer y el habitar doméstico, 1957-1975". En Primera Reunión de Trabajo, *Los 60' de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina.
- -----(2019). *La constelación de la casa. Lecturas de Tafuri, Dal Co y Teyssot sobre vivienda y habitar moderno*. En M. Tafuri, F. Aliata, A. Ballent, A. C. Enriquez, M. Daguerre, A. Gorelik y J. F. Liernur, *Tafuri en Argentina*. Buenos Aires, Argentina: ARQ Ediciones.
- Ballent, A. y Liernur, J. F. (2014). *La casa y la multitud. Vivienda, política y cultura en la Argentina moderna*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Baldwin, E. (2019). *Rachael Harvey, co-fundadora de Airbnb Environments, habla sobre diseño interior y espacios de trabajo*. ArchDaily.com [Online]. Recuperado de: <https://www.archdaily.cl/cl/928818/rachael-harvey-co-fundadora-de-airbnb-environments-habla-sobre-diseno-interior-y-espacios-de-trabajo> (consultado el 10 de marzo de 2020).
- Barthes, R. ([1982]1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, España: Paidós.
- Beer, D. (2009) *Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconsciousness*. New Media and Society.
- Berger, J. ([1972]2005). *Modos de ver*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Bourdieu, P. ([1979]1998). *La distinción. Criterio de bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.
- Cosse, I. (2011). Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973). *Mora* (Buenos Aires), 17(1). Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2011000100007&lng=es&tlng=es (consultado el 20 de febrero de 2023).
- De Lauretis, T. (1991). La tecnología del género. En C. Ramos Escandón (comp.), *El género en perspectiva. De la dominación universal a la representación múltiple*. (pp. 231-278). Ciudad de México, México: UAM.
- Devalle, V. (2009). Hacia la síntesis de las artes: El proyecto cultural y artístico de la revista Nueva Visión. *Anclajes*, 13(1), pp. 61-70.
- Durán, V. y Flesler, G. (2021). De visibilizaciones, esencialismos y contingencias: aportes de los estudios de género al campo del diseño. *Anales del IAA*, 50(1), pp. 1-13.

- Flesler, G. (2015). Diseño y nuevas tecnologías: Una mirada desde los estudios de género al diseño, selección y categorización de tipografías en las plataformas digitales. En *Actas 3º Congreso Virtual: las Nuevas Tecnologías. Su influencia en la formación y producción disciplinar*. San Miguel de Tucumán, Argentina: Facultad de Artes-UNT. Recuperado de: <https://congresoartes.wordpress.com/invitados/242-2/>.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media and Society*, 12(3), pp. 347-364.
- Hall, S. ([1980]1993). Codificar y Decodificar. *Culture, media and language*. (pp. 129-139). Londres, Inglaterra: Hutchinson.
- Liernur, J. F. (2001). *Arquitectura en la Argentina del siglo XX. La construcción de la modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Clarín.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. y Elyette, R. (2004). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona, España: Anagrama.
- Martínez, A. (1941). La casa habitación de un arquitecto. *Casas y Jardines*, 91, año IX, pp. 363-367.
- Preciado, P. B. (2010). *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en "Playboy" durante la guerra fría*. Barcelona, España: Anagrama.
- Sontag, S. ([1977]1981). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Edhasa.
- Srnicek, N. (2021). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires, Argentina: Caja Negra.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. 2da Edición. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y Literatura*. (pp. 21-31 y 137-158). Barcelona, España: Península.

BIBLIOGRAFÍA

- Aboy, R. (2011). Mafalda en casa: Departamentos de clase media y vida cotidiana en los años sesenta. *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones*, 2(41), pp. 179-188.
- Arfuch, L. (1997). El diseño en la trama de la cultura: desafíos contemporáneos. En L. Arfuch, M. Ledesma y N. Chávez, *Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos*. (pp. 137-232). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Austin, J. L. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, España: Paidós.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Madrid, México, Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.
- Borghini, S., Salama, H. y Solsona, J. (1987). *1930-1950, arquitectura moderna en Buenos Aires*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.
- Flesler, G. (2019). Heterotipografía: legitimidad y clasificación tipográfica desde una perspectiva de género. Tesis de Maestría, inédita. FADU-UBA, Buenos Aires.
- Giménez, C. G. y Navarro, A. (2012). *Alejo Martínez: la experiencia moderna en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.
- Kenney, M. y Zysman, J. (2016). The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3).
- Liernur, J. F. (2004). Moderna (Arquitectura). En J. F. Liernur y F. Aliata (comps.), *Diccionario de arquitectura en la Argentina: estilos, obras, biografías, instituciones, ciudades*. (Vol. 4, pp. 141-157). Buenos Aires, Argentina: Clarín.

Paloma Carignani

Maestranda en Estudios Urbanos y Vivienda en América Latina y Arquitecta por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA). Docente de Diseño y Estudios de Género, Cátedra Flesler, y Jefa de trabajos prácticos en las materias Proyecto Urbano y Proyecto Arquitectónico, Cátedra Solsona Ledesma (FADU-UBA). Integrante del proyecto de investigación "Re/designing the University of Buenos Aires campus to be gender inclusive in Argentina" (ID41). Gendered Design in STEAM (GDS) Carleton University, Canadá. Becada por la Universidad de Buenos Aires en "Smart cities: innovación, cambio climático, planificación urbana, gobernanza y participación"- organizado por la Unión Iberoamericana de Universidades (UIU). Consejera del Plan Urbano Ambiental de Buenos Aires, coordinadora de la actualización.

Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires
 Int. Güiraldes 2160, Pabellón 3
 Ciudad Universitaria
 Buenos Aires

paloma.carignani@fadu.uba.ar

Gabriela Gugliottella

Licenciada y Profesora en Artes por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (FFyL-UBA). Profesora de Diseño y Estudios de Género (Cátedra Flesler, FADU-UBA), Taller de reflexión artística II (Universidad de Palermo) e Historia del Arte (Instituto Superior Joaquín V. González). Coordinadora de Instituciones Educativas en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires. Capacitadora en el ciclo "La palabra en acción" y en los encuentros de formación docente en la misma institución. Investigadora en el proyecto UBACYT: "El diseño de indumentaria y textil local desde una perspectiva de género. Ciudad de Buenos Aires (1989-2019)" dirigido por la Dra. María Laura Zambrini y en el proyecto PRI "De costuras, bordados, modas y costureritxs. Abordajes interdisciplinarios en torno al trabajo de la aguja, el consumo de indumentaria y las artes textiles. Buenos Aires, siglos XIX, XX y XXI" dirigido por la Dra. Valeria Pita. Coordinadora y expositora en congresos nacionales e internacionales sobre temática referidas a las labores de la aguja, el arte textil y los estudios de género. Publica en la revista Otra Parte y es autora de diversos trabajos sobre educación, diseño, y género, entre ellos: "Inclusión de la perspectiva de género en el campo proyectual" junto a Valeria Durán y Griselda Flesler. Investigadora y coautora en el catálogo Colección de Arte Textil del Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori.

Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires.
Int. Güiraldes 2160, Pabellón 3
Ciudad Universitaria
Buenos Aires

g.gugliottella@gmail.com