

La faccia nascosta di Airbnb

L'ideologia solidarista ed egalitaria di cui la piattaforma californiana è ammantata nel mondo, racconta Sarah Gainsforth, è contraddetta dalle conseguenze negative sul tessuto sociale dei centri urbani, provocate da strategie commerciali di chiara matrice neoliberista

di Leonardo Filippi

«A l centro della nostra missione c'è l'idea che le persone siano fundamentalmente buone e che ogni comunità sia un luogo dove sia possibile sentirsi a casa. Credo sinceramente che la discriminazione sia la sfida più grande che la nostra compagnia debba affrontare. Ci colpisce nel profondo e danneggia i valori in cui crediamo». Chi ha messo nero su bianco queste parole? Forse un famoso leader antirazzista? O l'attivista di qualche Ong? No, l'autore è Brian Chesky, Ceo e co-fondatore di Airbnb, la celebre piattaforma online dedicata agli affitti brevi. Uno strumento digitale che ha letteralmente rivoluzionato gli assetti delle principali città del pianeta, facendo esplodere il prezzo degli affitti nei centri urbani (e il valore degli immobili), ed espellendo da quelle zone i cittadini meno abbienti, per far spazio a turisti, lavoratori di passaggio, ecc. Col risultato di disgregare relazioni sociali, mettere in crisi piccoli esercizi commerciali, far impennare il costo della vita, trasformare quartieri - talvolta ancora risparmiati dalla turistificazione selvaggia - in parchi a tema per vacanzieri, sempre più simili l'uno con l'altro.

Insomma, qualcosa di "leggermente" discorde rispetto alla mission aziendale citata all'inizio. In effetti, come conseguenza delle dinamiche innescate dall'azienda "prodigio" della Silicon Valley, ogni comunità locale può veramente diventare «un luogo dove è possibile sentirsi a casa», ma solo a patto che tu sia un villeggiante discretamente facoltoso. E la discriminazione sarà anche «la sfida più grande che Airbnb deve affrontare», certo, ma sicuramente quella tra ricchi e poveri non viene contemplata. Trattasi dunque di contraddizioni evidenti, ma sarebbe inopportuno liquidarle frettolosamente. L'ideologia solidarista ed egalitaria di cui la piattaforma californiana è ammantata, e che tenta di coprire le pratiche di segno opposto che realizza col suo business, di matrice neoliberista, è infatti il primo elemento da prendere in esame per capire sino in fondo i motivi del successo di Airbnb.

Ed è proprio da qui, da un'analisi sulla "mitologia fondativa" dell'azienda di Chesky (co-fondatore di Airbnb assieme a Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk) che si snoda la riflessione di Sarah Gainsforth, ricercatrice indipendente e giornalista freelance, sviluppata in *Airbnb città merce* (vedi box).

Forte di una retorica basata sull'idea di economia collaborativa, sul potere democratico e redistributivo della rete, sulla possibilità che viene concessa ad ogni cittadino con un materasso in più di diventare "imprenditore di se stesso" e arrotondare il proprio stipendio, Airbnb - viene sottolineato nel saggio - «ha costruito la propria immagine come una comunità inclusiva fondata, appunto, sulla fiducia».

Gli host della piattaforma, coloro che affittano la propria stanza, grazie al sistema di rating degli utenti - ossia di valutazione tramite recensioni - sarebbero infatti incentivati a fidarsi dei nuovi temporanei inquilini, e viceversa. E magari, come Gebbia e Chesky affermano di aver pensato quando partorirono la loro creatura digitale, quegli incontri avrebbero potuto unire "l'utile" di un ritorno economico con la "dilettevole" opportunità di fare nuove amicizie.

Ma, scrive Gainsforth, sin dai primi sviluppi della start up californiana, diviene chiaro che «la vera novità di Airbnb non era la pratica della condivisione o la creazione di fiducia tra utenti», peraltro già alla portata di tutti grazie alle piattaforme di couchsurfing, quei servizi gratuiti dove si scambia la possibilità di essere ospitati, bensì «l'estrazione di valore da forme cooperazione precedenti, e il definire un'attività economica, l'affitto di un'abitazione, come "condivisione"». La fiducia dunque, lungi dall'essere il prodotto di questa nuova tecnologia, è casomai la condizione necessaria per entrare in Airbnb. Una app che peraltro consente il mantenimento di una certa distanza tra host e ospiti, minimizzando gli imprevisti, gestendo la transazione finanziaria, formalizzando le regole a cui entrambi debbono attenersi. Realizzando dunque l'esatto contrario