



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, ICADE.

**EL LADO OSCURO DE LA
ECONOMÍA COLABORATIVA: ¿SE
PRODUCEN CONDUCTAS
RACIALMENTE DISCRIMINATORIAS
EN AIRBNB? UN ESTUDIO
EMPÍRICO EN ESPAÑA.**

Autor: Brianda Silvia Salinas de Rojas
Coordinador: Carlos Martínez de Ibarreta Zorita.

Resumen

Este estudio aborda la problemática planteada ante la posibilidad de que la plataforma de alquiler de alojamiento turístico, *Airbnb*, pueda ser utilizada como paraguas a ciertas conductas racialmente discriminatorias en España. En primer lugar, se realiza un análisis del origen y el desarrollo exitoso de *Airbnb*. A continuación, se lleva a cabo un análisis crítico de la literatura recientemente publicada al respecto sobre casos de discriminación racial en *Airbnb*. Para después proceder a un análisis empírico basado en una encuesta con una muestra, mayoritariamente española. Los datos recopilados son analizados individualmente por preguntas y en conjunto, con el objeto de discernir si existen relaciones estadísticamente significativas entre las respuestas dadas a unas preguntas y a otras. Con ello conseguimos desarrollar un análisis cuantitativo y cualitativo que nos ayuda a discernir si, efectivamente, los españoles se dejan guiar por sesgos racialmente discriminatorios en el uso de *Airbnb*.

Finalmente, se procede a la exposición de una serie de posibles soluciones a la cuestión que podrían servir de ayuda para atajar el problema. En conjunto, este escrito pretende poner de manifiesto una realidad que puede que a muchos les pase desapercibida, y así, contribuir a la concienciación social.

Palabras clave: *Airbnb*, economía colaborativa, “no blancos”, “blancos”, discriminación racial.

Abstract

This study addresses the issue raised by the possibility that the tourist accommodation rental platform, Airbnb, could be used as an umbrella for certain racially discriminatory behaviors in Spain. Firstly, we do an analysis of the origin and successful development Airbnb. This is followed by a critical analysis of the recently published literature on cases of racial discrimination through Airbnb. This is followed by an empirical study based on a survey ran on a sample of Spaniards mainly. The collected data is analyzed individually by questions and together, to discern if there are statistically significant relationships between the answers given to some questions and others. This allows us to develop a quantitative and qualitative analysis that helps discerning whether Spaniards allow themselves to be guided by racially discriminatory biases when using Airbnb.

Finally, a series of possible solutions to the issue are presented that could help to tackle the problem. Overall, this paper aims to highlight a reality that may go unnoticed by many, and thus contribute to social awareness.

Key words: Airbnb, sharing economy, “non-white people”, “white people”, racial discrimination.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	6
2. MOTIVACIÓN	7
3. METODOLOGÍA	9
4. AIRBNB: ORIGEN Y DESARROLLO	10
4.1. Origen e historia de <i>Airbnb</i>	10
4.2. ¿Es <i>Airbnb</i> un negocio de economía colaborativa?	12
5. DISCRIMINACIÓN EN AIRBNB: CONTEXTO INTERNACIONAL.	13
5.1 El caso de EEUU.....	14
5.1.1. Contextualización histórica	14
5.1.2. Comportamientos racistas en <i>Airbnb</i> en Estados Unidos.	15
6. ESTUDIO EMPÍRICO	17
6.1. Muestra.....	17
6.2 Metodología de la encuesta: la importancia de las evaluaciones.	19
6.3. Perfiles	20
6.4. El caso de España	21
6.5. Resultados de la encuesta	22
6.5.1. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos”.	22
6.5.2. Preguntas situacionales con perfiles de individuos de tez blanca, tez negra, aspecto árabe y aspecto indio.	28
6.5.3. Preguntas situacionales con perfiles de individuos de diferentes edades.	30
6.6. Análisis de las posibles relaciones entre respuestas.....	33
6.6.1. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la edad del individuo encuestado.....	33
6.6.2. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la nacionalidad.....	37
6.6.3. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con su sexo.	40
6.6.4. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la ausencia o posesión de referencias.....	43
7. ¿QUÉ POSIBILITA ESTAS SITUACIONES DE RACISMO?	46
8. POSIBLES SOLUCIONES PARA ATAJAR EL PROBLEMA	48
8.1. Acciones llevadas a cabo por <i>Airbnb</i>	48
8.2. Soluciones planteadas a título personal.....	50
8.2.1. Creación de un marco legislativo específico	50
8.2.2. Evitar que los perfiles de <i>Airbnb</i> tengan foto.....	51
8.2.3. No dar la posibilidad de aceptar o no la reserva al anfitrión.....	52
8.2.4. Educación y concienciación.....	53
9. CONCLUSIONES	54
10. ANEXO 1: Encuesta Airbnb	57
11. BIBLIOGRAFÍA	64

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Distribución muestra por sexo	18
Gráfica 2: Distribución muestra por edad	18
Gráfica 3: Distribución muestra por nivel educativo	18
Gráfica 4: Distribución muestra por posesión de cuenta de Airbnb	19
Gráfica 5: Distribución de los perfiles para “Londres”	23
Gráfica 6: Distribución de los perfiles elegidos para “Mallorca”	23
Gráfica 7: Distribución de los perfiles elegidos para “Nueva York”	23
Gráfica 8: Distribución de los perfiles elegidos para “1. Anfitrión”	24
Gráfica 9: Distribución de los perfiles elegidos para “3. Anfitrión”	24
Gráfica 10: Distribución de los perfiles elegidos para “4. Anfitrión”	25
Gráfica 11: Distribución del cómputo total de las respuestas	25
Gráfica 12: Distribución de los perfiles elegidos para “4. Anfitrión”	26
Gráfica 13: Perfiles “Mallorca” en función de su tez	29
Gráfica 14: Perfiles “Londres en función de su tez	29
Gráfica 15: Perfiles “1. Anfitrión” en función de su tez	30
Gráfica 16: Distribución perfiles por edad para “Múnich”	31
Gráfica 17: Distribución perfiles por edad para “París”	31
Gráfica 18: Distribución perfiles por edad para “2. Anfitrión”	32
Gráfica 19: Distribución perfiles por edad para “5. Anfitrión”	32
Gráfica 20: Importancia de los extras incluidos	44
Gráfica 21: Importancia del precio	44
Gráfica 22: Importancia de la localización	44
Gráfica 23: Importancia de la decoración	44
Gráfica 24: Importancia de las referencias	44
Gráfica 25: Importancia del perfil del dueño	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Relación edad tipo de perfil elegido para “Londres”	33
Tabla 2: Relación edad tipo de perfil elegido para “Mallorca”	33
Tabla 3: Relación edad tipo de perfil elegido para “Nueva York”	34
Tabla 4: Relación edad tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”	34
Tabla 5: Relación edad tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”	35
Tabla 6: Relación edad tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”	35
Tabla 7: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Londres”	37
Tabla 8: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Mallorca”	37
Tabla 9: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Nueva York”	38
Tabla 10: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”	38
Tabla 11: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”	39
Tabla 12: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”	39
Tabla 13: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Londres”	40
Tabla 14: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Mallorca”	40
Tabla 15: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Nueva York”	41
Tabla 16: Relación sexo tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”	41
Tabla 17: Relación sexo tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”	42
Tabla 18: Relación sexo tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”	42
Tabla 19: Relación referencias tipo de perfil elegido	43

1. INTRODUCCIÓN

Airbnb es, a día de hoy, la mayor cadena hostelera del mundo y, sin embargo, no es dueña de sus propios establecimientos (Versace, 2016). Esta plataforma es uno de los grandes avances que ha traído consigo el auge de la economía colaborativa. Y es que, la revolución digital ha posibilitado que una nueva forma de negocio se asiente en nuestras sociedades: negocios como *Spotify* (Casserly, 2019), la mayor distribuidora de música del planeta que, no obstante, no ha editado ni un disco; plataformas como *BlaBlaCar*, que cuenta con la mayor red de coches para transportes de media y larga distancia pero no tiene en propiedad ninguno de estos vehículos (Rose & Wheeler, 2017); o *Uber*, la empresa de taxis más grande de la historia (Goodwin, 2015) aunque no cuenta con los vehículos entre los activos de sus Cuentas Anuales.

Más allá del éxito que comparten todas las empresas anteriormente mencionadas, estas mismas también comparten litigios varios con Estados y particulares, especialmente *Uber* y *Airbnb*. Son muchas las críticas que han recibido ambos; todas ellas muestran lo que podríamos llamar como el “lado oscuro de la economía colaborativa”: los contratos precarios (Schmid-Drüner, 2016), el incumplimiento de las normas de alquiler turístico (Floc'h & Piquard, 2019), la dudosa forma de tributación (Boffey, 2017). En concreto, el caso de *Airbnb* suele ser criticado por evitar las normas que han de cumplir los pisos de alquiler turístico al uso con respecto a la forma de tributar y las licencias que han de tener en regla (Sherwood, 2019). También son muchas las críticas que reciben de los propios vecinos, muchos cansados de ver como sus tranquilos vecindarios se convierten en lugares de ocio para jóvenes que no conocen horario alguno (Castán, 2016). En general, aunque *Airbnb* sea ya una plataforma asentada entre los españoles para elegir alojamiento a la hora de organizar un viaje, la lluvia de críticas parece no arremeter, sino más bien aumentar con el tiempo. Sin embargo, un tema que no se ha tratado en el caso de España, pero sí en EEUU, es el hueco que deja *Airbnb* para el desarrollo de ciertos comportamientos racistas.

Quizá sea porque la disparidad racial sea más amplia en EEUU, o porque es un país que por haber sufrido durante su historia grandes ataques racistas (Joseph, 2018) está más concienciado sobre lo importante que es detectar comportamientos de este tipo con anterioridad. Pero lo cierto es que, lo que en el país norteamericano es un tema de actualidad que ha sido analizado por numerosos estudios académicos y experimentales (Kakar, Voelz, Wu & Franco, 2017; McLaughlin, 2018; McCloskey, 2018; Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018) en España parece no preocupar. No obstante, el hecho de que no preocupe no significa que no pueda ser un problema latente.

2. MOTIVACIÓN

Me declaro una firme defensora de la economía colaborativa. Desde que comencé a utilizar servicios que han nacido de la mano de ella me han hecho la vida mucho más fácil, sobre todo a la hora de viajar. Es precisamente por esa razón por la que, a la hora de elegir tema para el Trabajo de Fin de Grado, consideré interesante estudiar su “lado oscuro” para reafirmar mi posición frente a los críticos o quizá modificarla. Al fin y al cabo, para defender una línea de argumentación siempre es necesario conocer las dos caras de una misma moneda. Es por ello por lo que, con una mente abierta al cambio, comencé este análisis centrado en uno de los aspectos negativos de una de las plataformas que más uso desde hace ya unos años: *Airbnb*.

Considero que uno de los temas más importantes, a la hora de abordar un análisis profundo, es ser consciente de que dicho análisis nos puede llevar a conclusiones muy diferentes de las que tuviéramos previamente. Es decir, he de ser consciente de que este estudio puede mostrarme una cara realmente amarga de una plataforma que tantas veces he defendido. No obstante, es realmente enriquecedor su análisis, pues ayuda a formar una opinión basada en la reflexión profunda, y no en una mera visión superficial de la problemática.

Como ya he mencionado anteriormente, son muchas las críticas que recibe *Airbnb*, sobre todo desde el punto de vista del sistema tributario y la regulación turística. Sin embargo, con motivo de este Trabajo de Fin de Grado, nos centraremos en las posibles conductas racistas posibilitadas por el modelo de negocio de *Airbnb*. En una primera instancia puede parecer un tema demasiado rebuscado y alejado de las críticas fundamentales que recibe *Airbnb* a diario, entonces, ¿por qué centrarme en esta cuestión?

En primer lugar, el hecho de haber complementado mis estudios de Administración y Dirección de Empresas con la carrera de Relaciones Internacionales hace patente, más allá de mi clara vocación internacional, mi interés por ver una imagen más amplia de la realidad. Es más, en la carrera de Relaciones Internacionales se estudia las relaciones entre Estados, ¿y qué son las relaciones entre Estados sino las relaciones humanas entre personas de diferentes tonalidades de piel y etnias? Es por ello por lo que, tantas veces a lo largo de la historia, ha habido grandes disputas en base a estas diferencias tan superficiales, como por ejemplo el Genocidio de Rwanda (Thompson, 2007). A día de hoy vivimos en un mundo en el que los Estados no están conformados por personas cortadas por un mismo patrón; ha habido mezclas de etnias, de razas, de nacionalidades, religiones, pensamientos... Por lo que, en la actualidad no solo son difíciles las relaciones interestatales sino las intra-estatales (Briones, R., 2007, p.1).

En segundo lugar, nos encontramos ante una realidad dominada por el auge de las nuevas tecnologías y el uso de Internet como la plataforma que todo lo posibilita. Sin embargo, a pesar de las muchas ventajas que trae consigo la “triple w”, también se ha convertido en una gran herramienta para aquellos que pretenden extender el odio entre razas y los tratos discriminatorios (Hughey & Daniels, 2013). Principalmente porque consigue que pequeñas minorías con ideas extremistas se pongan en contacto, aunque les separen miles de kilómetros. Por lo tanto, da alas a estos pequeños grupos de individuos con las mismas ideas violentas y refuerza la separación étnica (Jakubowicz, y otros, 2017). Es por ello por lo que han sido muchos los estudios, sobre todo en el mundo anglosajón, que han demostrado que Internet puede convertirse en una gran arma para aquellas personas que pretenden extender un sentimiento de odio entre etnias. Al fin y al cabo, como cualquier otro avance en la historia de la humanidad, puede ser usado con una buena finalidad o como un medio más para crear un ambiente de violencia. Ya pasó en su momento con el avance de la teoría de la relatividad de Einstein, que tanto bien nos ha reportado pero que tanta destrucción trajo consigo cuando ciertas personas decidieron hacer uso de ella para crear la bomba atómica (Jha, 2014). (OkDiario, 2016).

En tercer lugar, también cuento con una motivación más personal. Este verano pasado 2018 reservé un *Airbnb* para un viaje a San Sebastián con amigos. Unas semanas después de reservar hubo un problema que llevó a que lo cancelaran, por lo que uno de mis amigos reservó rápidamente otro. Eran dos habitaciones privadas¹. En este caso el propietario era mulato, lo cual me sorprendió, incluso admito que me produjo cierto nivel de “rechazo”. No estoy orgullosa de las primeras reacciones que tuve al ver la foto del propietario, sin embargo, al instante recapacité sobre mi propia reacción y me avergoncé tremendamente. Haciendo un ejercicio de reflexión llegué a dos conclusiones: primero, que nunca antes me había fijado en la foto del anfitrión de *Airbnb* que me hubiera tocado, ¿qué me llevaba a fijarme esta vez?; segundo, que si yo había tenido una reacción tal, muy posiblemente no era la única. Por ello, tras una búsqueda de información me percaté de que, efectivamente, era un tema ya estudiado en otros países. Por aquel entonces estaba dándole vueltas a cómo concretar mi Trabajo de Fin de Grado sobre el “lado oscuro de la economía colaborativa” y, claramente, esta era una alternativa muy factible.

¹ Esto, en terminología *Airbnb*, significa que alquilas una habitación en una casa en la que vive su propietario, por lo que convives con él/ella

Por lo tanto, desde mi mentalidad empresarial, haciendo un guiño a mi interés por las relaciones internacionales, y con el objeto de abordar una de las realidades que ha creado la extensión del uso de Internet, he considerado muy oportuno abordar para mi trabajo de Fin de Grado el estudio de los posibles comportamientos racistas en la plataforma de alquiler *Airbnb*.

Espero que el esfuerzo dedicado a este análisis me ayude a comprender más en profundidad la situación actual de esta problemática, las motivaciones que nos llevan a tomar una actitud tal en ciertos casos y cómo podríamos remediar o paliar los comportamientos racistas en esta plataforma digital en concreto. Asimismo, confío en que mi estudio y conclusiones puedan ser de utilidad a otras personas para ver una realidad que quizá pase desapercibida para algunos, tomen conciencia y puedan formar su propia opinión al respecto.

3. METODOLOGÍA

Con el objeto de realizar un análisis profundo de la actualidad de la cuestión, en primer lugar, se lleva a cabo un estudio del contexto en el que se enmarca la actividad de *Airbnb*. Para ello analizamos el origen y desarrollo de esta gran y joven multinacional. Estudiamos su modelo de negocio, con el objeto de entender a qué se debe su éxito y si realmente puede ser catalogado en el marco de los negocios de economía colaborativa.

A continuación, observamos los comportamientos racialmente discriminatorios que se han ido distinguiendo en diversas regiones del mundo, poniendo el foco en los casos observados en Estados Unidos. Con ello se contextualiza la actualidad de la problemática para después proseguir con el estudio empírico del caso español. Para examinar el grado de posible sesgo racial que los españoles tengamos a la hora de elegir alojamiento en *Airbnb* se ha realizado una encuesta. Los participantes de dicha encuesta son, en su inmensa mayoría, de nacionalidad española.

El contenido del estudio empírico se recoge en el punto 6, la parte principal del cuerpo de este Trabajo de Fin de Grado, que recoge un análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recopilados por la encuesta realizada. Con ello se busca entender si los ciudadanos españoles nos dejamos guiar por la tonalidad de piel. Con ello, se intenta comprender si la discriminación racial podría ser considerada una problemática social, quizá de mayor envergadura que la considerada, en esta nuestra nación.

Analizados los resultados de la encuesta, así como las posibles asociaciones que puedan existir entre las respuestas a unas y otras preguntas. Continuamos con una disertación sobre cuáles pueden ser los factores que influyan en las contestaciones recogidas por el estudio empírico. Consecutivamente, se exponen las acciones que *Airbnb* está llevando a cabo para

atajar el problema, así como una serie de posibles soluciones de elaboración propia. Por un lado, presentamos unas medidas que podrían implementar las autoridades públicas desde el poder legislativo, así como desde su labor de concienciación y educación para asegurar una sociedad más justa. Por otro lado, planteamos medidas que podría implementar el propio *Airbnb* para atajar las tendencias racialmente discriminatorias. Finalmente, el escrito culmina con un apartado de conclusiones que engloba las ideas principales del trabajo en su conjunto.

4. AIRBNB: ORIGEN Y DESARROLLO

A día de hoy *Airbnb* está tan asentado que pocos son los que, al plantear un viaje, no se hacen la pregunta de ¿hotel o *Airbnb*? Tanto es así que las más grandes empresas del sector hostelero han tenido que adaptar su estrategia para no perder clientela ante el masivo avance de la plataforma *online* que ha revolucionado los alojamientos turísticos. Por ejemplo, conglomerados hoteleros tales como *Accor Hotels*, dueños de cadenas como Ibis (hoteles conocidos por su funcionalidad y no tanto por el lujo) han realizado varias compras como la de *21c Museum Hotels* para aumentar su catálogo de hoteles *boutique* (Editors, 2019). Como esta cadena, otras muchas se han unido a la estrategia de competir contra *Airbnb* acercándose al sector del lujo, pero, sobre todo, a una mayor personalización de sus servicios. Es decir, los hoteles están intentando alejarse de la impersonalización que les estaba restando clientela frente a la originalidad y amplia variedad de los alojamientos ofrecidos por *Airbnb* (Bearne, 2018). En otras palabras, *Airbnb* parece estar marcando el camino en el sector de los alojamientos turísticos y es difícil pararle los pies a este gigante cuando lo que están haciendo los hoteles es intentar copiar su originalidad, pero a unos precios, normalmente, mayores (Gerdeman, 2018).

Airbnb parece abarcarlo todo, revolucionando la oferta de alojamientos turísticos y la forma en la que los hoteles compiten en el mercado (Gerdeman, 2018). Tal y como indica Gerdeman en su artículo para Forbes, al entrar *Airbnb* como nuevo actor esencial en este mercado, la oferta ha aumentado y por lo tanto los precios se han estabilizado a la baja. Antes, en momentos en los que las habitaciones escaseaban en períodos concretos del año los hoteles conseguían grandes márgenes disparando los precios de sus habitaciones, sin embargo, ahora que cualquier persona puede poner a disposición del público su piso o habitación libre, la oferta aumenta y con ello disminuye la capacidad de negociación de los hoteles (Gerdeman, 2018).

4.1. Origen e historia de *Airbnb*

Los inicios de *Airbnb*, como los de muchas grandes ideas empresariales a lo largo de la historia, derivan de una situación de necesidad a la que se dio respuesta de una forma práctica

e ingeniosa. Brian Chesky y Joe Gebbia eran dos jóvenes que acababan de mudarse de Nueva York a San Francisco a finales de 2007. Los inicios de la recesión financiera estaban comenzando a hacerse notar, y a esta pareja de amigos les asfixiaba el alquiler. No obstante, vieron en el colapso de los hoteles de la ciudad como consecuencia de la Conferencia del Diseño Industrial una oportunidad de negocio. Los hoteles estaban desbordados por lo que consideraron buena idea comprar una serie de colchones hinchables y anunciarse por Internet como una posibilidad de alojamiento llamaba en su momento *Air Bed and Breakfast* (en español “colchón hinchable y desayuno”). Con esta simple descripción montaron una plataforma *online* por la que recibieron tres reservas (Jasper, 2015).

Chesky y Gebbia vieron que la plataforma podía tener futuro más allá de ese puntual evento, por lo que continuaron con ella y al año siguiente ficharon a Nathan Blecharczyk, graduado en arquitectura técnica por la Universidad de Harvard. Blechczyk mejoró la plataforma web para que pudiera tener un mayor alcance y así conseguir atraer y registrar el máximo de reservas posibles durante la Convención Nacional Demócrata de 2008. Además, aprovechando que también ofrecían desayuno, consiguieron crear una línea de cajas de cereales con la imagen de los candidatos demócratas que se hicieron virales. Además, dado que ya estaban expandiendo por varias ciudades, decidieron ir a Nueva York a conocer algunos de sus usuarios y sus pisos, lo cual les ayudó a entender que uno de sus mayores problemas era que las fotos que estos usuarios subían a la plataforma no hacían justicia a los pisos que tenían, por lo que compraron una buena cámara y fueron puerta por puerta haciendo mejores fotos de los pisos registrados en la plataforma (Jasper, 2015).

Como podemos ver, los inicios de *Airbnb* se fundamentan no solo en una ingeniosa idea, sino en el duro trabajo, dedicación y entusiasmo de unos jóvenes que creyeron que su idea podía tener un gran futuro, y que trabajaron para que ello se hiciera realidad. Sus inicios fueron duros, recibieron críticas ya desde sus orígenes. También les fue difícil conseguir financiación, al fin y al cabo, se ha de tener un gran ojo para los negocios para ser capaz de identificar una gran oportunidad empresarial en una idea ajena. No obstante, gracias a la gran dedicación de sus fundadores y de todas las personas que se han ido adhiriendo al proyecto a lo largo de estos años, *Airbnb* se ha convertido en el gigante que es hoy y que cuenta con: más de seis millones de alojamientos en catálogo, en más de 81.000 ciudades, en todos los países del mundo (Airbnb, 2019).

4.2. ¿Es *Airbnb* un negocio de economía colaborativa?

La economía compartida es un modelo económico que a menudo se define como una actividad basada en la adquisición, el suministro o el intercambio de acceso a bienes y servicios facilitados por una plataforma en línea basada en la comunidad (*peer-to-peer, P2P*) (Kenton, 2019). El problema es que, al ser un nuevo concepto no queda muy claro hasta qué punto ciertos negocios, de primeras considerados de economía colaborativa cumplen, realmente, con los parámetros. En general hay cierto debate sobre la idoneidad de la definición de economía compartida (Frenken & Schor, 2017), principalmente porque no siempre estos negocios hacen justicia al término “compartida” pues ciertas plataformas lo único que pretenden hacer es vender un producto o servicio (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018). En general, aquellos que critican la inadecuación del término para describir empresas como *Airbnb* afirman que al apelar a palabras “compartir” o “comunidad” simplemente intentan mostrar una cara más social de un negocio puramente neoliberal (Cockayne, 2016; Frenken & Schor, 2017; Botsam, 2015).

Pero, entonces, ¿cómo denominar a esta nueva forma de negocio? Cockayne argumenta que la "economía a la carta" sería un término más preciso para describir estos servicios (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018). Según este autor es mucho más preciso denominarla así, pues de esta forma se evita crear entorno a estos negocios un “halo de romanticismo” que es irreal. Es decir, intercambiar el término “economía colaborativa” por “economía a la carta” facilita que veamos una situación más próxima a la realidad, tanto con su lado malo como el bueno, y no solo la parte “romántica” de la acción de compartir que no es completamente real. Aun así, es cierto que lo comúnmente conocido como economía colaborativa que el autor denomina “economía a la carta” ha traído consigo grandes avances sociales como la explotación de recursos infrautilizados. Al fin y al cabo, no olvidemos que se considere o no *Airbnb* un modelo de negocio de economía colaborativa, es cierto que ha ayudado a muchas familias a sacar a rentabilidad a bienes inmuebles infrautilizados (Airbnb, 2017, p. 7).

Como defiende Richardson (2015, page 121) la paradoja central de compartir en la economía a la carta es que las acciones de compartir se enmarcan como parte de la economía capitalista y la alternativa. Cockayne, junto con otros autores como Zelizer (Zelizer, 2005) consideran que el discurso sobre la economía colaborativa pone de manifiesto la íntima relación que ha habido siempre entre las relaciones sociales y las relaciones de mercado. Esta asociación marca una actualidad en la que el capitalismo se encuentra en transición hacia un neoliberalismo donde las relaciones entre las esferas económicas y sociales son mucho más complejas que anteriormente (Cockayne, 2016). Las empresas de economía a la carta replantean

el acto de compartir en términos de intercambio transaccional como una conveniencia para el consumidor. Esta se posibilita gracias a una estructura tecnológica más consistente que facilita la apertura, la transparencia, y sobreexplotación que replantea la compartición como una interacción social altruista y no recíproca (Ettlinger, 2014; Hacklay, 2013; Turner, 2006).

En términos generales, la revolución digital ha llevado a que la sociedad hable del acto de compartir de una forma diferente, no completamente ajustada a su definición concreta. Es decir, según la RAE compartir significa “Repartir, dividir, distribuir algo en partes.” o “Participar en algo” (RAE, 2019). En ningún caso se habla de un intercambio económico incluido en la acción de compartir. No obstante, en el contexto digital, parece haberse asociado un uso predominantemente social a uno ligado directamente con las estrategias de ingresos de las empresas de medios de comunicación, conservando al mismo tiempo connotaciones con el sentimiento afectivo de inclusión prometido por el compromiso en línea y las formas románticas de comunidad (Joseph, 2002).

Por lo tanto, aunque popularmente *Airbnb* se ha agrupado dentro de la categoría de los negocios de economía colaborativa, no cumple estrictamente con los parámetros de compartir; parámetros con los que sí cumplirían empresas tales como *BlaBlaCar* o *Coachsurfer*, por ejemplo. Considerando esta realidad, tal vez deberíamos comenzar a hablar de *Airbnb* como un negocio de “economía a la carta” que requiera una mayor regulación que las plataformas de economía colaborativa propiamente dichas.

5. DISCRIMINACIÓN EN AIRBNB: CONTEXTO INTERNACIONAL.

Como ya hemos mencionado anteriormente, son muchos los estudios que han tratado este tema en el caso de EEUU. Son varios los académicos que han analizado el impacto del racismo virtual en las plataformas de economía colaborativa de *Airbnb* (Edelman et al., 2017; Cui et al., 2016) (Cui, Li, & Zhang, 2016) y *Uber* (Ge, Knittel, MacKenzie, & Zoepf, 2016). Es decir, aunque de primeras parezca muy específico, ha dado mucho que hablar en los últimos años, sobre todo porque parece contradictorio que los avances digitales hayan posibilitado la extensión de comportamientos tan anticuados y que parecían haber sido erradicado en países tan avanzados como EEUU, Reino Unido, Australia y algunos Estados de Europa; paradójico, cuanto menos.

En este apartado nos centraremos, principalmente, en el caso de EEUU, y los diferentes estudios que se han llevado a cabo en ellos concernientes a la discriminación en el uso de *Airbnb*. Con esta aproximación pretendemos comprender mejor la actualidad de esta problemática a nivel internacional.

5.1 El caso de EEUU

5.1.1. Contextualización histórica

Por todos es conocido el hecho de que EEUU tiene una historia marcada por la diferenciación racista. El final del siglo XIX y hasta mediados del siglo XX el Estado norteamericano se caracterizaba por leyes de marcado carácter discriminatorio hacia las personas de raza negra. Por ejemplo, cinco años antes del comienzo del siglo XX, el Tribunal Supremo en el caso *Plessy v. Ferguson*, confirmó una ley de Luisiana que exigía la segregación de los blancos y los negros en los vagones de ferrocarril (Harris, 2000, p.1925-1926).

Esta nueva ley fue ampliamente apoyada por jueces como el Juez Harlan, que la justificaba argumentando que era necesaria para marcar una diferencia clara entre dos clases: los blancos, claramente superiores; y los negros, claramente inferiores según él. Sin embargo, llamaba la atención el hecho de que, al mismo tiempo afirmaba que la Constitución de los Estados Unidos era “daltónica”, en el sentido de que no hacía diferencia entre personas con diferentes tonalidades de piel (Harris, 2000, p. 1926). Es decir, Harlan justificaba la ley como una forma de reconocer la realidad de diferencia de clases, pero negaba que esta diferencia se debiera solo al tono de piel; consideraba que era una característica intrínseca a la condición de la persona blanca el ser superior, y de la persona negra el ser inferior (Harris, 2000, p. 1927).

En general, el siglo XX, sobre todo la primera mitad, estuvo marcado por una realidad en la que las élites consideraban legítima la diferenciación entre personas por su tonalidad de piel. Esta concepción marcaba no solo la vida social sino también los marcos legislativos en Estados Unidos y en muchas otras regiones del mundo (Harris, 2000, p. 1927). Es por ello por lo que la historia reciente de Estados Unidos ha estado marcada por hitos ligados a la superación de las barreras racistas. Hitos tales como el famoso discurso de Martin Luther King en el Lincoln Memorial de Washington en agosto de 1963, en el que declaró que él tenía un sueño en el que los hijos de antiguos esclavos y los hijos de los que fueran sus amos se podrían sentar en una misma mesa a comer (King, 1963).

Así pues, hacia finales de siglo XX, parece que fueron desapareciendo las barreras raciales en Estados Unidos. Se fue asentando la idea de que marcar diferencias entre personas en función del color de su piel era arbitrario, ilegítimo e injusto (Harris, 2000, p.1927). Gracias a este progreso de la opinión pública estadounidense se dio un gran paso al frente: se evolucionó de un Estado en el que las personas con piel negra debían sentarse en el final del autobús (History.com, 2019), no tenían acceso a los mismos puestos de trabajo, y en el caso de que sí que pudieran acceder a ellos, recibían remuneraciones mucho menores por los mismos empleos

(Dau-Schmidt & Sherman, 2013, p.95) y ni siquiera podían asistir a las mismas universidades ni colegios (Orfield, 2001, p.3); a un Estado que eligió a un Presidente mulato en 2008 (Nagourney, 2008).

Parece que todo va en el buen camino, algunos dirían que el racismo ya no es un problema del que debamos preocuparnos y mucho menos en un Estado como los Estados Unidos de América que ha sido dirigido por un presidente *no blanco* durante dos legislaturas (McWhorter, 2008). Sin embargo, aunque han sido muchos los avances legislativos y sociales en este ámbito, parece que aún se mantiene cierta actitud racista, aunque más oculta que en el pasado. Quizá por la *fiebre de lo políticamente correcto* que parece afectar a nuestra sociedad actual (Martín, 2017) ahora optamos por una forma de racismo más pasiva de la que incluso puede que no nos percatemos (Hagerman, 2018)².

5.1.2. Comportamientos racistas en Airbnb en Estados Unidos.

Un país que ha sufrido tanto el tema de la lucha contra el racismo y que parece haber avanzado tanto en pos de una sociedad más justa, parece poder haberse encontrado con una nueva traba en el camino creada por una de las herramientas que más fácil nos han hecho la vida en las últimas décadas, Internet. El tema de la anonimidad que nos ofrece la red parece haber dado alas a algunas personas que se sienten “a salvo” tras sus pantallas. Además, en el caso concreto de *Airbnb*, las leyes de alquiler que han intentado salvar las distancias racistas, no parecen ser aplicadas (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017), por lo que los “anfitriones” tienen todo el poder de decidir libre y discriminadamente a quien alquilar y a quien no con un mero *click*.

Haciendo un repaso a través de los estudios realizados, llama la atención ver que todos ellos llegan a la conclusión de que efectivamente existen tendencias racistas en las elecciones de “invitados” o “anfitriones” de *Airbnb* en Estados Unidos. Un estudio llevado a cabo por Benjamin Edelman, Michael Luca y Dan Svirsky (2017) testó si existía una diferencia de aceptación entre perfiles con nombres típicamente utilizados por personas afroamericanas y nombres normalmente utilizados por personas blancas. Concluyeron que las peticiones de reserva de los perfiles con nombres afroamericanos tenían un 16% menos de posibilidades de

² No pretendo exponer un discurso apocalíptico en el que muestre que la realidad es mucho peor de lo que imaginamos. Todo lo contrario, considero que hemos avanzado mucho en temas de igualdad en los últimos años. Simplemente pretendo hacer un ejercicio de reflexión que me lleve a una crítica constructiva no del “mundo” como ente externo, sino a mí misma y a mi entorno. Tal y como he indicado anteriormente, la motivación de este estudio tuvo su origen en mi propio “rechazo” a un perfil de *Airbnb* por su color de piel. No me enorgullezco de ello, pero tampoco considero que sea una realidad que deba obviar, sino más bien reflexionar sobre el motivo que me llevó a reaccionar de esa forma, pues, muy posiblemente, sea compartido por muchos de mi entorno.

ser aceptadas frente a perfiles con nombres típicamente de blancos (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017, p. 1). Según este mismo estudio, las personas negras reciben una respuesta positiva ante sus peticiones de reserva en el 42% de los casos, mientras que los blancos suelen recibir respuesta positiva en el 50% de los casos (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017, p. 4). Pero el problema parece ser más profundo, pues según este informe no son solo los blancos los que discriminan a los negros, sino que los propios negros también discriminan a personas de su mismo color de piel (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017, p. 5).

El estudio de campo llevado a cabo por estos investigadores también concluyó que aquellos “anfitriones” que nunca hubieran contado con un “invitado” de raza negra eran más proclives a rechazar la petición de reserva de una persona afroamericana (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017, p. 16).

Por otro lado, la discriminación también parece afectar a los rangos de precios con los que se ofertan los alojamientos en *Airbnb*. Un estudio llevado a cabo en San Francisco mostró que los anfitriones asiáticos e hispanos cobran entre un 8% y un 10% menos de precios en comparación con sus contrapartes blancos en propiedades de alquiler equivalentes en características del alojamiento, del vecindario, demografía del área e índices de ocupación. Sin embargo, este artículo no pudo concluir con certeza rigurosa si es real que los anfitriones hispanos de *Airbnb* en San Francisco se ven afectados por conductas discriminatorias en su uso de la plataforma de *Airbnb* (Kakar, Voelz, Wu & Franco, 2017, p. 1). Asimismo, Sara Dolnicar en su libro *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (2018) también afirma que, según los hallazgos de su estudio, no existen pruebas concluyentes que respalden las recientes denuncias de discriminación sistemática en las redes de alojamiento de la economía colaborativa (Dolnicar, 2018, p. 216)

No obstante, *Airbnb* ha admitido que algunos de sus vendedores se han dejado llevar por conductas discriminatorias, porque, aunque en función de las regiones del mundo que se estudien pueden ser prácticas aisladas o más extendidas, la realidad es que ya son muchos los casos denunciados (Goldman, 2018). No en vano, hace tres años nació un nuevo movimiento en Twitter con el *hashtag* #*AirbnbWhileBlack* cuyo objetivo es dar visibilidad en las redes sociales a las conductas racistas que pueden llegar a plantear ciertos anfitriones de *Airbnb* (Parkinson, 2016). Dicho *hashtag* fue utilizado por primera vez por Quirtina Crittenden, una consultora de negocios afroamericana de 23 años residente en Chicago. Inició a utilizarlo a raíz de observar la frecuencia con que los anfitriones la rechazaban cuando buscaban un lugar para alquilar, incluso cuando los apartamentos anunciados parecían estar disponibles. Sus sospechas aumentaron al percatarse que, varios de los anfitriones que rechazaban sus peticiones de

alquiler alegando que acababan de recibir otra reserva anterior a la suya, seguían manteniendo los alojamientos en cuestión como disponibles en las mismas fechas días después. Es decir, no habían sido reservados, simplemente, algunos de los anfitriones preferían no alquilárselo a Crittenden y mantenerlo vacío a la espera de otras posibles reservas (Parkinson, 2016).

Con el objeto de testar si este rechazo era, efectivamente, debido al color de su piel, llevó a cabo un experimento: cambió su foto de perfil de un autorretrato a un paisaje urbano genérico, y acortó su nombre de pila de "Quirtina" a "Tina" un nombre más común entre la población blanca estadounidense que el suyo propio. Desafortunadamente, el experimento tuvo un resultado positivo, pues según afirmaba Crittenden, no volvió a tener problemas de rechazo de solicitudes desde dichos retoques del perfil (Parkinson, 2016).

A raíz del experimento y de su difusión por las redes, lo que comenzó como un mero *tweet* denunciando una situación injusta acompañado de un ingenioso *hashtag* se ha convertido en un movimiento social que ha llevado a universidades y escuelas de negocios como Harvard en Estados Unidos (Edelman, Luca, & Svirsky, 2017) o Louvain en Noruega a estudiar el fenómeno (Picard, 2018).

6. ESTUDIO EMPÍRICO

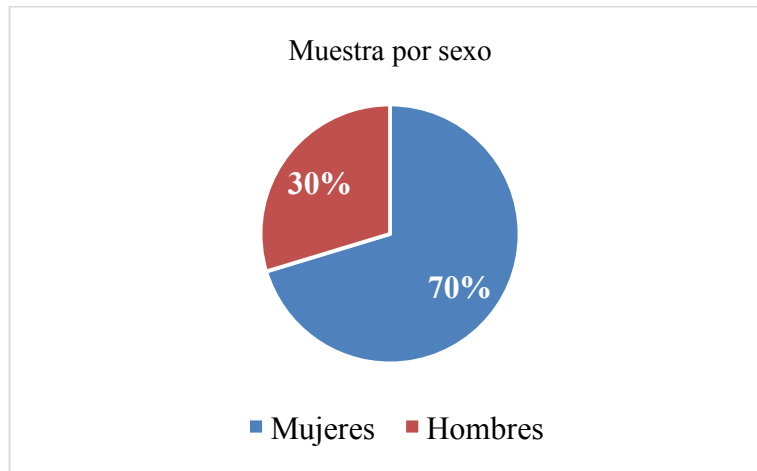
6.1. Muestra

Con el objeto de hacer una aproximación a las opiniones reales de la población española, llevé a cabo una encuesta anónima a 128 personas, en su mayoría españoles³. De esta muestra, 38 personas eran hombres y 90 mujeres. En su mayoría son jóvenes de entre 18 y 25 años, 101 concretamente; 15 personas de entre 26 y 35 años; seis de entre 36 y 45 años, otros cinco cuentan con edades comprendidas entre los 46 y los 65 años y una mayor de 66 años. Dado la concentración de edades en los grupos más jóvenes, en los análisis de correlaciones que llevaremos a cabo más adelante dividiremos los rangos de edad en dos: personas entre 18 y 35 años y personas mayores de 36.

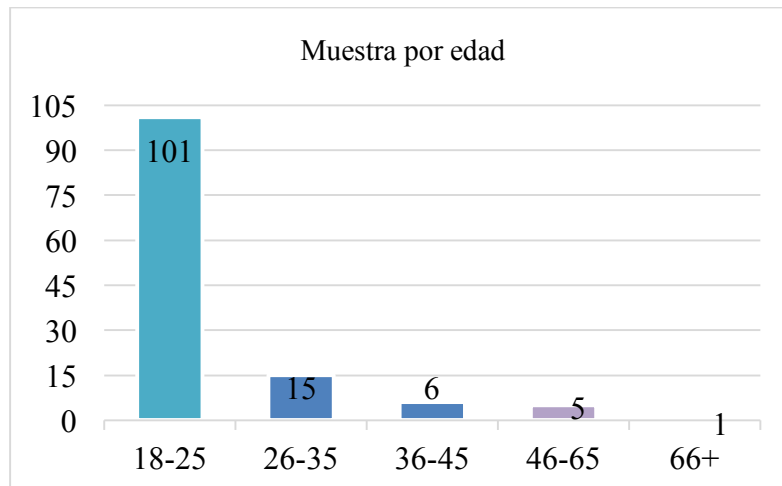
En su amplia mayoría, la muestra está compuesta por personas con un título universitario correspondiente a un grado/licenciatura o incluso un máster (32 encuestados), tan solo tres encuestados no han llegado a un nivel superior que el instituto; y una de las encuestadas cuenta con un título de Formación Profesional que, en cualquier caso, también la hace valedora de un alto grado de educación. Es decir, todas son personas con un grado de

³ El 84% de los participantes en la encuesta son de nacionalidad española frente a un 16% que ostentan una nacionalidad distinta a la española.

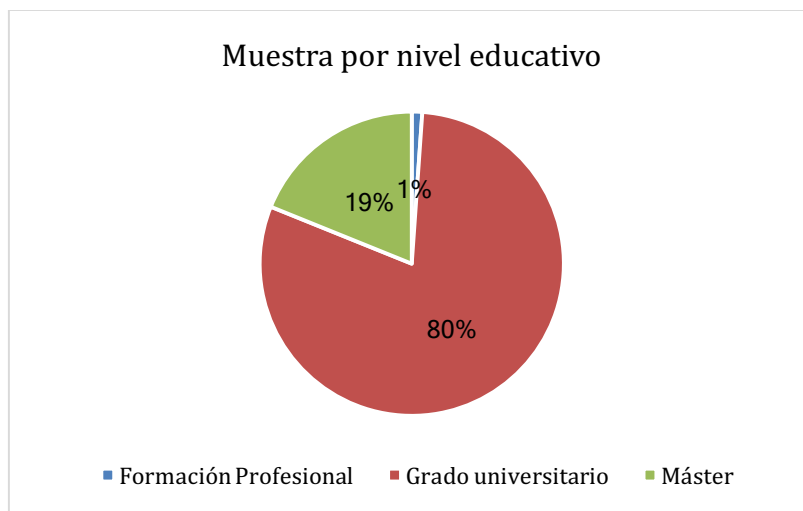
cultura medio-alto, no ignorantes ni bajas capacidades de raciocinio. De esta muestra, tan solo 27 personas no tienen cuenta de *Airbnb*. A continuación, se ilustra en gráficas la información anteriormente mencionada:



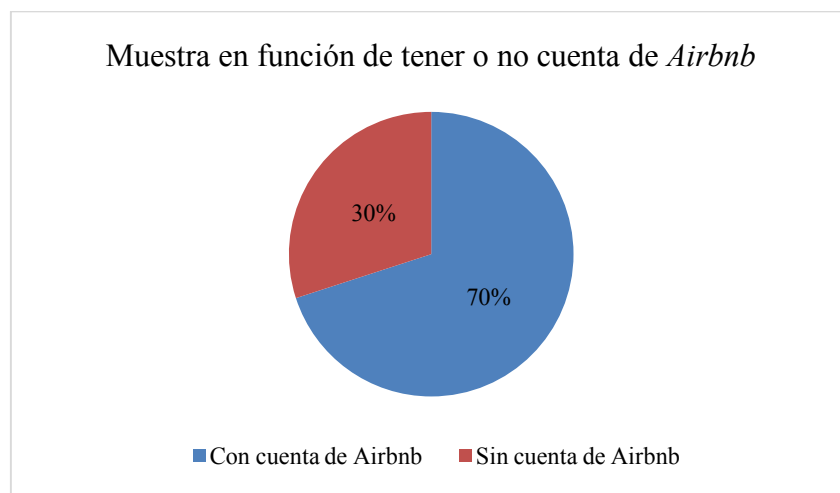
Gráfica 1: Distribución muestra por sexo



Gráfica 2: Distribución muestra por edad



Gráfica 3: Distribución muestra por nivel educativo



Gráfica 4: Distribución muestra por posesión de cuenta de *Airbnb*

Por lo tanto, en términos generales, la muestra está compuesta mayoritariamente por mujeres jóvenes menores de 25 años, con título universitario y cuenta de Airbnb.

6.2 Metodología de la encuesta: la importancia de las evaluaciones.

Con el objeto de testar si el color de piel nos sesga a la hora de elegir *Airbnb* y si este sesgo se palia en el caso de que los perfiles de *Airbnb* cuenten con referencias de usuarios que hayan hecho uso de sus servicios anteriormente, creamos dos grupos al azar:

- Por un lado, aquellas personas cuyo número de DNI fuera par responderían, únicamente, a preguntas en las que los perfiles de *Airbnb* contaran con comentarios.
- Por otro lado, aquellos encuestados cuyo número de DNI fuera impar responderían a las mismas preguntas que los anteriores y a otra tanda de preguntas en las que los perfiles de *Airbnb* no contaran con comentarios, ni positivos ni negativos.

De esta forma conseguimos realizar un análisis cualitativo y cuantitativo que nos lleva a comprender si uno de los máximos que ha traído consigo la economía colaborativa, la confianza en las recomendaciones de los propios usuarios, supone el factor diferencial y realmente determinante a la hora de elegir alojamiento. De hecho, según Neuman y Gutt (2017) es un tipo de información ofrecida, exclusivamente, por las Plataformas de Economía Colaborativa⁴ y son parte fundamental de su éxito (Fradkin, Grewal y Holtz, 2017).

Los mecanismos de evaluación de los usuarios de plataformas como *Airbnb* son fundamentales, pues es la única fuente de información de la que disponen los beneficiarios futuros de los mismos servicios, ya que son ofertas de unos particulares a otros, no de una cadena de hoteles o una empresa propiamente dicha (Stanoevska-Slabeva, Lenz-Kesekamp, &

⁴ *Sharing Economy Platforms-SEP*.

Suter, 2018). Esto se basa en la concepción humana de que consumir un servicio provisto por otro particular extraño a nosotros conlleva cierto dilema, cierta incertidumbre que se mitiga a través de las recomendaciones de otros usuarios que han hecho uso del mismo servicio anteriormente. Es decir, nos inspira más confianza un servicio provisto por un extraño que haya sido recomendado, positivamente, por otro extraño; que un servicio provisto por un extraño no recomendado por ningún usuario (Marton, Constantinou y Lagoudakos, 2017); esto se supone que reduce los riesgos para los consumidores derivados de las asimetrías de información (European Commission, 2016). Como dice el refrán: “mejor malo conocido, que bueno por conocer”, pues, si nos paramos a meditarlo, tampoco tiene tanto sentido que confiemos en la recomendación de un extraño y desconfiemos en el servicio de otro extraño, ¿o sí?

6.3. Perfiles

Con el objeto de testar si existe un sesgo racial a la hora de elegir un *Airbnb* frente a otro, planteé una serie de preguntas en las que los perfiles de *Airbnb* tenían apariencias físicas diferentes. Principalmente hay dos tipos de perfil: los perfiles de personas de tez blanca y los perfiles de personas de tez no blanca. Sin embargo, hay más diferencias, comenzando por el hecho de que, como podemos ver en el Anexo 1, las diferencias físicas van más allá de una simple diferenciación entre “blancos” y “no blancos”.

Entre los perfiles planteados en la encuesta encontramos personas con aspecto árabe o indio, junto con personas de tez blanca o individuos con la piel negra o mulatos. Hay algunos perfiles en cuyos autorretratos los anfitriones o usuarios aparecen con un velo típicamente musulmán o con rastas, un tipo de peinado que se tiende a relacionar con las personas de tez negra. Algunos aparecen serios, otros sonriendo; unos miran a la cámara directamente y otros no; unos son mujeres, otros hombres; unos son mayores o ancianos, otros más jóvenes... En definitiva, hay una amplia variedad de perfiles.

En algunas preguntas, los perfiles entre los que el encuestado puede elegir tan solo se diferencian por el color de la piel: poseen el mismo número de referencias positivas y negativas o simplemente no tienen, tienen edades prácticamente iguales y pertenecen al mismo sexo. Por el contrario, en otras preguntas los perfiles difieren en edad manteniendo el resto de variables idénticas.

6.4. El caso de España

España es uno de los Estados más desarrollados y seguros del mundo. No en vano aparecemos en los puestos más altos de los ránquines que miden índices tales como el desarrollo humano o el grado de libertad social y política (PNUD, 2018). Puede que tengamos grandes problemas económicos que afrontar, pero en términos generales y comparados con las demás naciones del mundo, España es un país que cuenta con una calidad de vida y un Estado de bienestar realmente envidiables. Sin embargo, si ahondamos un poco en cómo es la sociedad nos percataremos de que no somos tan tolerantes y abiertos como pueda parecer de primeras porque, ¿cuántas veces habremos oído la frase de “yo no soy racista, pero...”? Pondría la mano en el fuego por afirmar que todos hemos oído esta afirmación más de una vez, incluso puede que la hayamos dicho, y no me excluyo.

Somos una nación preocupada por el prójimo: España es el Estado con más donantes del mundo, puesto que lleva liderando 27 años (Portalatín, 2019); un Estado en el que 2,5 millones de personas dedican parte de su tiempo libre al voluntariado (Redacción, 2018). Además, España es una democracia que se sustenta sobre el derecho de la libertad y la igualdad. No en vano, el artículo 9 de la Constitución Española (1978) se determina lo siguiente:

“2. Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.”

Es pues, un pueblo el nuestro que se mueve por causas sociales y que valora a aquellos que lo hacen; un Estado en el que los ideales democráticos parecen haber calado hondo, pues según el análisis de la calidad de los sistemas políticos de los todos los Estados del mundo que realiza *The Economist* anualmente, España es una *full democracy*. Su nivel de democracia está por encima del de muchos países que consideramos más desarrollados que el nuestro, como por ejemplo Estados Unidos o Francia (The Economist, 2019). Sin embargo, parece que llegados al punto de la aceptación de todas las personas independientemente del color de su tez quizá no somos tan tolerantes como deberíamos. No me aventuraría a decir que más o menos que la media de los Estados desarrollados, pero sí diría que es un problema que no consideramos tanto como otros países. Quizá sea porque la población española se ha mantenido homogénea hasta hace tan solo 30 años (Fernández, Valbuena & Caro, 2015, p. 9). Pero lo que está claro es que no lo consideramos un foco problemático que atajar, sino más bien algo anecdótico que aceptamos como “normal”. De hecho, en el refranero popular guardamos

expresiones tales como “perro judío”, “trabajar como un negro” o “engañar como a un chino” entre otras (Bulnes, 2018), expresiones que por lo general usamos sin ninguna intención de insultar a nadie, las tenemos tan integradas que no nos paramos a pensar en su verdadero significado ni origen. Pero, ¿existe entre los españoles una tendencia real a preferir a las personas de piel pálida frente a aquellas de piel oscura? Y más concretamente, ¿nos dejamos guiar por sesgos raciales a la hora de elegir el *Airbnb* donde hospedarnos o escoger a aquellos a los que alquilamos nuestro alojamiento? Es esta la pregunta a la que se intenta dar respuesta a través del análisis de los resultados de la encuesta llevada a cabo.

6.5. Resultados de la encuesta

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta. Con el propósito de realizar un análisis más sencillo de comprender, he realizado una división de los perfiles en “blanco” y “no blanco”. Tal y como podemos ver en las fotos adjuntas a las preguntas que aparecen en el Anexo 1, los perfiles son variados. Hay personas con apariencia más nórdica, otros con apariencia más arábiga; unos con la piel color aceituna, otros de piel blanco y otros de tez negra. La simplificación de estos diferentes grupos raciales en tan solo dos se debe al objetivo del proyecto en cuestión: demostrar si, sobre todo los españoles y algunas otras nacionalidades, preferimos compartir o alquilar un *Airbnb* a personas con la piel de color blanco frente a individuos con la piel más oscura.

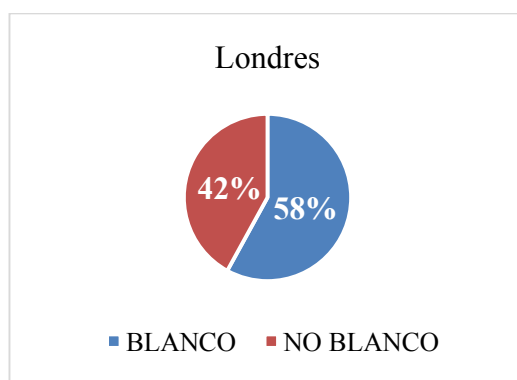
Argumentado el motivo de la simplificación, procedamos a la exposición y explicación de la información recopilada dividida por preguntas.

6.5.1. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos”⁵.

En primer lugar, expondremos los resultados de las preguntas en las que los encuestados podían elegir entre perfiles de personas “no blancas” y “blancas”:

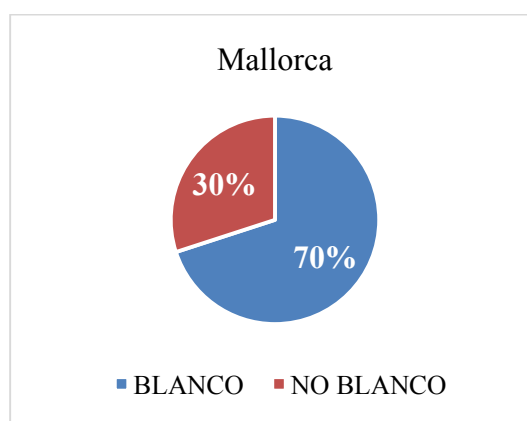
Ante la pregunta “Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos fueron los resultados obtenidos:

⁵ Para todas estas preguntas los encuestados tenían cuatro perfiles entre los que elegir uno: dos de ellos de personas “no blancas” y dos de personas “blancas”.



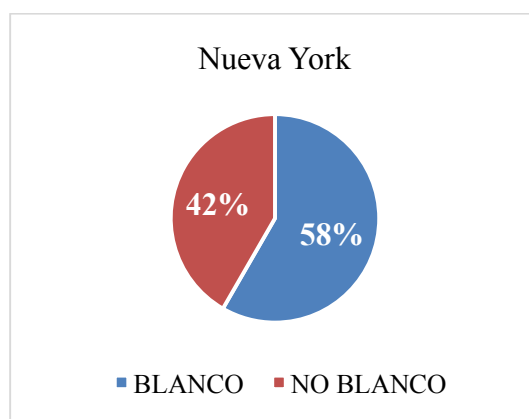
Gráfica 5: Distribución de los perfiles para “Londres”

Ante la pregunta “Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos fueron los resultados recopilados:



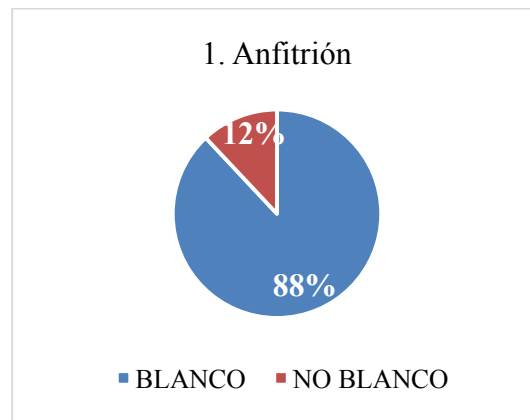
Gráfica 6: Distribución de los perfiles elegidos para “Mallorca”

Ante la pregunta “Te vas de viaje a Nueva York, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos fueron los resultados recopilados:



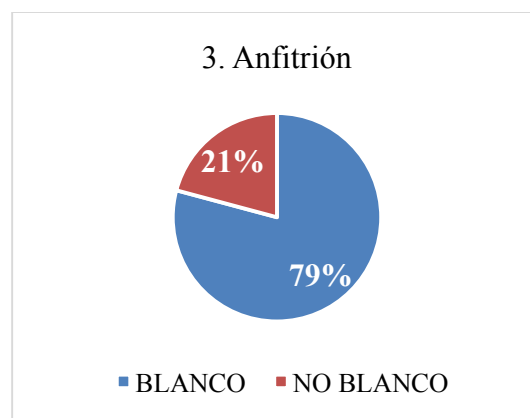
Gráfica 7: Distribución de los perfiles elegidos para “Nueva York”

Ante la pregunta “1. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” estos fueron los resultados obtenidos:



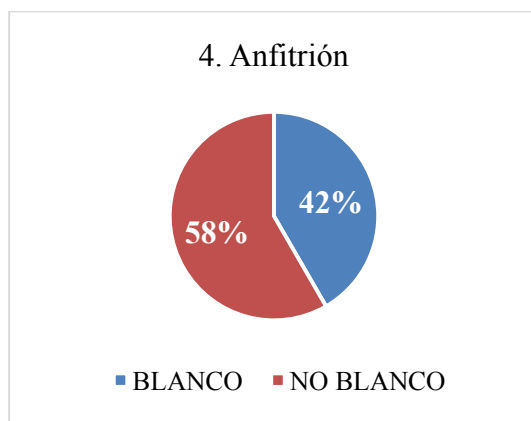
Gráfica 8: Distribución de los perfiles elegidos para “1. Anfitrión”

Ante la pregunta “3. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” estos fueron los resultados obtenidos:



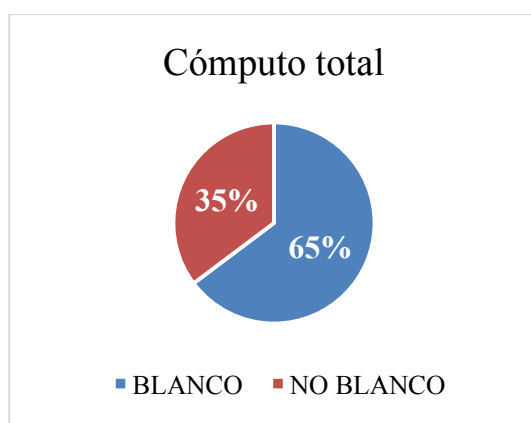
Gráfica 9: Distribución de los perfiles elegidos para “3. Anfitrión”

Ante la pregunta “4. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” estos fueron los resultados obtenidos:



Gráfica 10: Distribución de los perfiles elegidos para “4. Anfitrión”

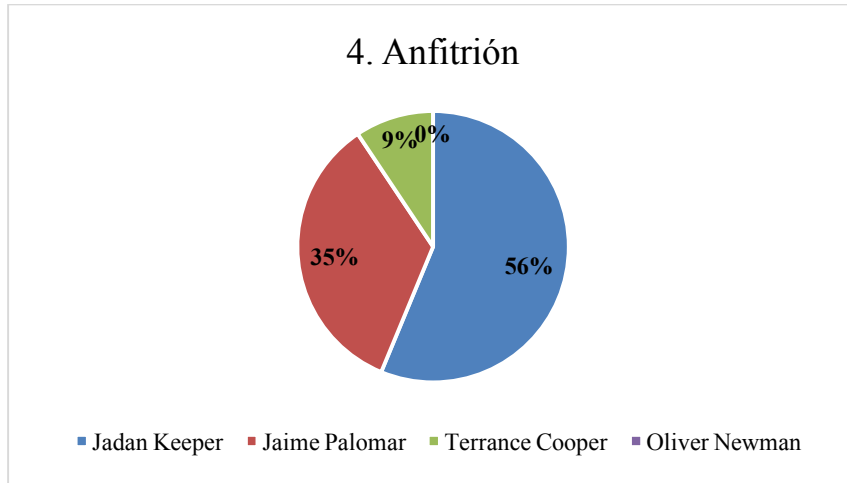
El cómputo total de todos los votos que recibieron los perfiles de personas “blancas” y personas “no blancas” en las preguntas anteriormente citadas fue el siguiente:



Gráfica 11: Distribución del cómputo total de las respuestas

6.5.1.1. Interpretación de los resultados en función de tipo de perfil.

Tal y como podemos apreciar a primera vista, es una realidad que la mayoría de los encuestados prefieren los perfiles de personas “blancas” a aquellos perfiles de personas “no blancas”. Tan solo hay una situación en la que los encuestados han preferido, en su mayoría, elegir a los perfiles de personas “no blancas” frente a aquellos de los sujetos categorizados como “blancos”. Esta situación corresponde a la pregunta “4. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?”. Es por ello interesante que nos paremos a analizar más profundamente las respuestas de esta pregunta en particular:



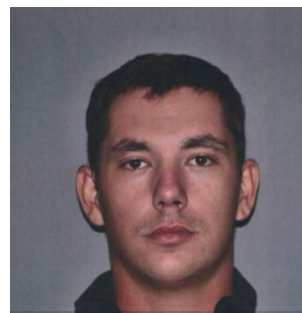
Gráfica 12: Distribución de los perfiles elegidos para “4. Anfitrión”

La gráfica anterior muestra que la razón principal por la que los encuestados han preferido los perfiles de individuos “no blancos” frente a los “blancos” es que Jadan Keeper ha sido particularmente popular. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Oliver Newman, que no ha recibido ni un solo voto. ¿A qué puede deberse esto? Dado que todos los perfiles son exactamente iguales en características, la única forma de explicar las diferencias de popularidad son las apariencias, las sensaciones que nos pueden generar las diferentes fotos de perfil:



(Jean, 2018)

Airbnb Terrance Cooper, 24 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.



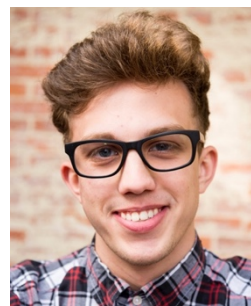
(Northbridge Police, 2018)

Airbnb Oliver Newman, 26 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.



(Nappy, 2018)

Airbnb Jadan Keeper, 27 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.



(Reed, 2018)

Airbnb Jaime Palomar, 25 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.

La encuesta llevada a cabo ponía el énfasis en las fotos, en la apariencia de los perfiles, pues la única diferencia entre los perfiles son las fotos y sus nombres. Así como en la mayoría de las preguntas podemos trazar una pauta de comportamiento clara con respecto a las

elecciones de los encuestados que gira en torno al color de piel de los individuos, en este caso esta pauta no se cumple. Esto puede que se deba a la actitud de los individuos en la foto, a la “energía” que transmiten a través del lenguaje no verbal. Son muchos los estudios que demuestran que el lenguaje no verbal es mucho más importante que el verbal (Phutela, 2015; Schmid Mast, 2007; Kacperek, 2014). Tal y como indica Phutela en su estudio sobre la importancia del lenguaje no verbal, este tipo de lenguaje regula las relaciones humanas y puede apoyar o incluso reemplazar la comunicación verbal en muchas ocasiones. De hecho, según Phutela, cuando aquello que decimos a través de la comunicación verbal entra en conflicto con lo que nuestros gestos comunican al receptor, los receptores tienden a confiar más en la idea que el transmisor del mensaje comunica a través del lenguaje no verbal que en el mensaje verbal en sí (Phutela, 2015, p. 43).

Así como en el resto de preguntas las posturas y la actitud de los individuos en sus fotos de perfil no han roto la tendencia de los encuestados a preferir a los “blancos” frente a los “no blancos”, en este caso sí que lo ha hecho. En primer lugar, Oliver Newman, perfil que no ha sido elegido por ninguno de los encuestados, aparece muy serio en su fotografía. Puede que incluso nos haga recordar a la típica fotografía que toman los policías a los reclusos antes de internarlos en prisión⁶. En general puede que no nos transmita mucha confianza. Por otro lado, Terrance Cooper parece haberse hecho un selfie con cierto aire de “interesante”. En este caso puede que nos haga gracia su cara ante la cámara o que simplemente creamos que pueda ser un tanto creído.

Analizando las fotografías de los dos perfiles más populares, el de Jadan Keeper y el de Jaime Palomar vemos una clara coincidencia entre ambos que les diferencia de los otros dos perfiles: tanto Jadan como Jaime sonríen. Puede parecer superficial, pero, tal y como demostró el estudio de Sing Lau (1981, p. 63), por lo general, a las personas le gustan más las personas sonrientes. Lau llevó a cabo una encuesta en la que mostró a una serie de individuos imágenes de personas sonrientes y personas no sonrientes. El resultado fue claro: las personas sonrientes eran percibidas como más inteligentes e incluso transmitían una mayor sensación de cercanía y calidez que las no sonrientes, según los individuos que participaron en el experimento (Lau, 1981, p. 63). Por lo tanto, muy posiblemente la muestra encuestada para este estudio haya

⁶ De hecho, lo es. Si nos remitimos a la bibliografía descubriremos que la imagen procede de los archivos de la policía de Northbridge, EEUU. La persona fotografiada fue arrestada por enterrar a su perro vivo (El heraldo, 2018), pero este dato no era conocido por los participantes en la encuesta. Es decir, a veces las apariencias no engañan.

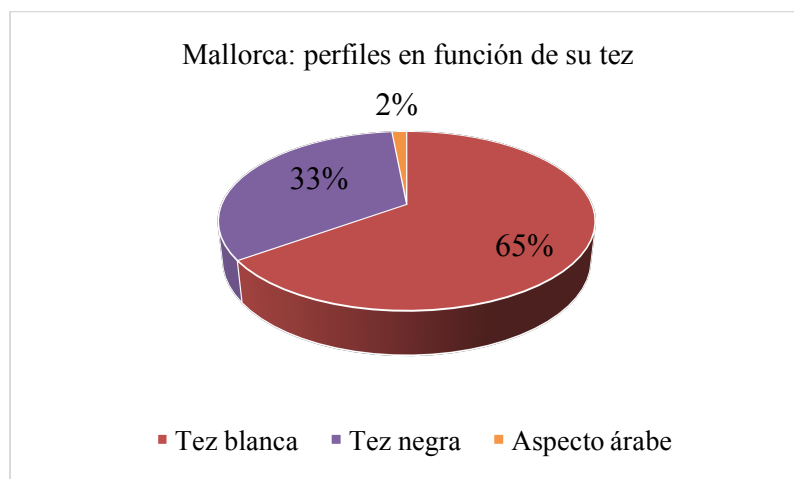
preferido a Jadan o Jaime porque al sonreír en sus fotos de perfil les hayan transmitido un mayor confianza.

No obstante, ¿por qué los participantes de la encuesta han preferido a Jadan frente a Jaime? Para explicar estas preferencias ya entraríamos en el análisis de hipótesis menos claras. Desde mi punto de vista, la muestra encuestada puede que haya preferido a Jadan porque no es que esté solo sonriendo, se está riendo. Es decir, Jaime está sonriendo a la cámara: puede que sea una sonrisa falsa, simplemente puesta para la foto. Sin embargo, Jaden parece estar pasándose bien, parece estar riéndose por algo que le haya pasado sin percatarse de que está siendo fotografiado. Da la sensación de que su risa es natural y transmite alegría. Puede que todo esto no sea verdad, que simplemente esté fingiendo la risa y sea completamente consciente de que está siendo fotografiado, pero no es la sensación que transmite de primeras. El análisis en su conjunto depende de las sensaciones que transmiten las apariencias de los perfiles, y en este caso la sensación que transmite Jadan es de alegría, por lo que puede que esta sea la razón de que haya sido el más popular entre los cuatro perfiles.

6.5.2. Preguntas situacionales con perfiles de individuos de tez blanca, tez negra, aspecto árabe y aspecto indio.

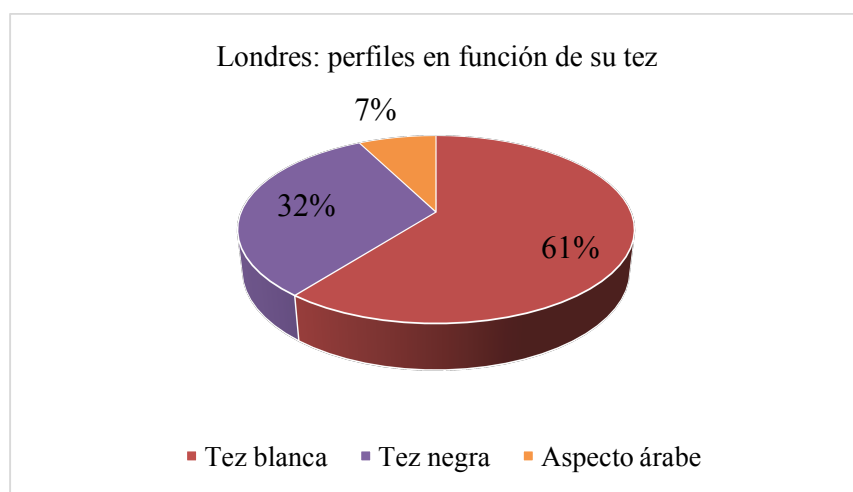
A la hora de concretar más el estudio, es interesante resaltar una serie de resultados que demuestran que la muestra de personas que participaron en el estudio tiende a rechazar, mayoritariamente, a la perfiles de personas con aspecto árabe frente a cualquier otro perfil. Ello se hace patente al analizar las respuestas a las tres preguntas del cuestionario en las que introducimos la variable de un perfil con aspecto árabe. Las conclusiones son las siguientes:

Ante la pregunta “Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” los encuestados respondieron los siguiente:



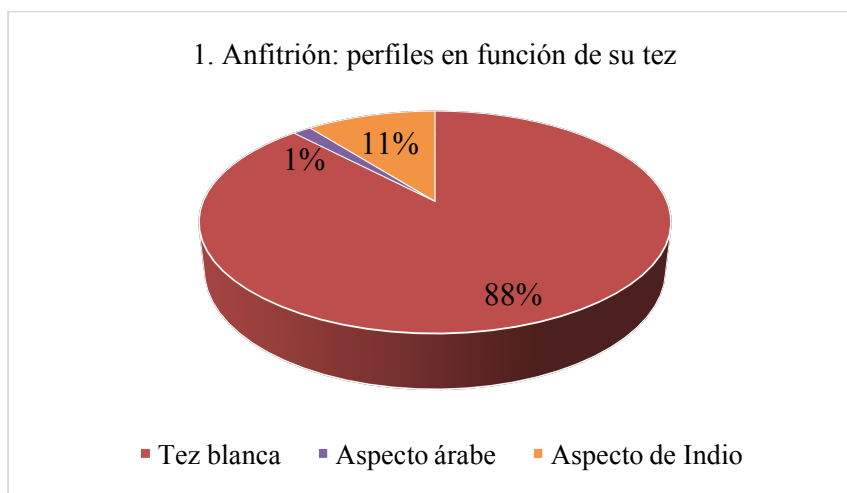
Gráfica 13: Perfiles “Mallorca” en función de su tez

Por otro lado, ante la pregunta “Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” los encuestados respondieron los siguiente:



Gráfica 14: Perfiles “Londres en función de su tez

Finalmente, ante la pregunta “1. Eres un anfitrión de Airbnb y recibes las siguientes peticiones para reservar tu Airbnb todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” los participantes a la encuesta contestaron de la siguiente forma:



Gráfica 15: Perfiles “1. Anfitrión” en función de su tez

6.5.2.1. Interpretación de los resultados en función de tipo de perfil.

A la luz de estos datos, y teniendo en cuenta que la inmensa mayoría de los encuestados son de nacionalidad española, puede que el principal problema de discriminación racial en España no vaya tan dirigido hacia las personas con tez negra sino a los sujetos con aspecto árabe. Y es que, en las tres preguntas mencionadas en el apartado anterior, los perfiles con aspecto árabe han sido elegidos minoritariamente.

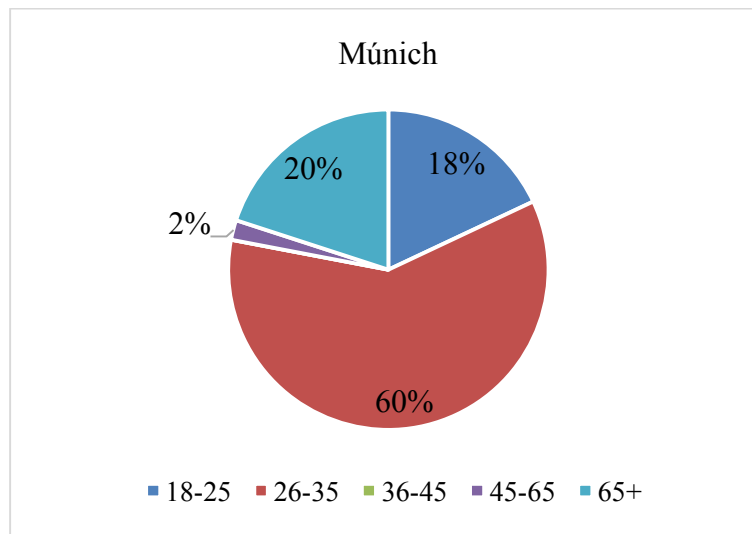
Esto se puede deber a que, actualmente, la comunidad árabe es vista con escepticismo, especialmente desde el punto de vista de los europeos, pues los últimos años han estado marcados por impactantes ataques terroristas en las principales capitales de la Unión Europea: París 2015 (CNN, 2018); Niza 2016 (BBC, 2016); Bruselas 2016 (The Guardian, 2016); Barcelona 2017 (El Confidencial, 2017). De hecho, la islamofobia parece estar ganado terreno en España. Con Internet como herramienta, los ataques islamófobos han sufrido un repunte en el territorio nacional durante 2017, llegando a suponer el 70% de los incidentes (La Vanguardia, 2018). En general estos datos no ayudan a entender las razones que han podido llevar a los encuestados a desconfiar más de los perfiles con aspecto árabe frente al resto.

6.5.3. Preguntas situacionales con perfiles de individuos de diferentes edades.

Una vez planteadas las preguntas con perfiles de los dos tipos, consideré interesante plantear una serie de cuestiones en las que la diferencia principal no era el color de la piel sino la edad. Los resultados fueron los siguientes⁷:

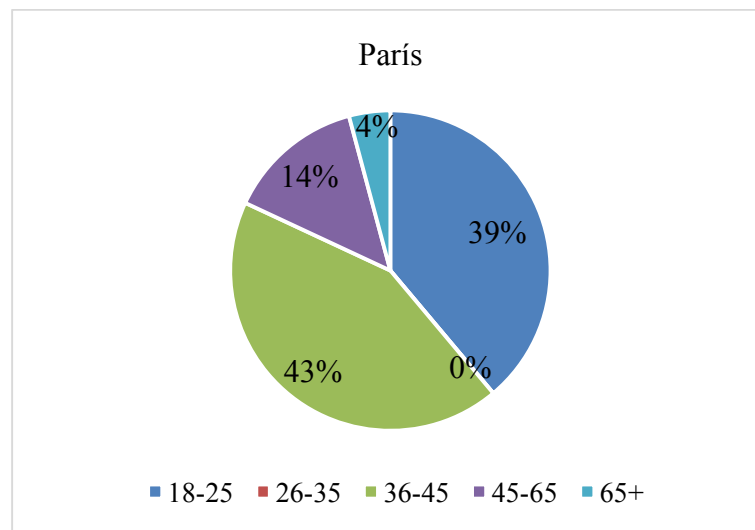
⁷ Cuando los gráficos no muestran un determinado rango de edad no se debe a que los encuestados no hayan elegido el perfil de edad, sino a que ninguno de los perfiles de la pregunta en cuestión se encontraba en ese rango concreto.

Ante la pregunta “Te vas de viaje a Múnich, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” los resultados obtenidos fueron los siguientes:



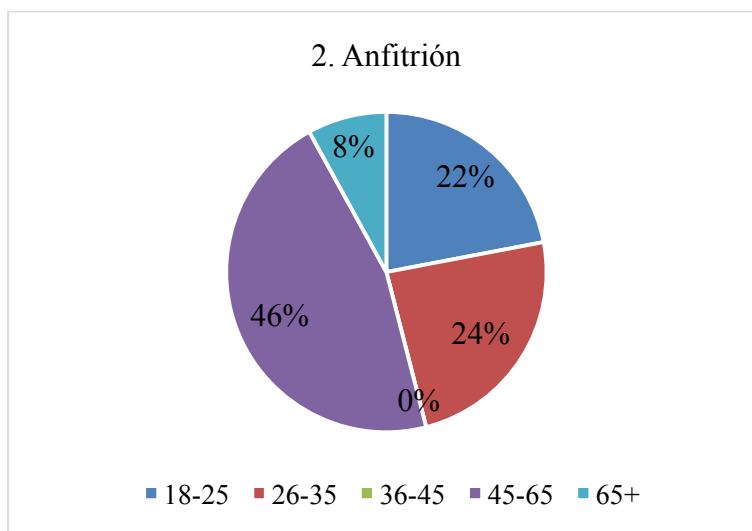
Gráfica 16: Distribución perfiles por edad para “Múnich”

Ante la pregunta “Te vas de viaje a París, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” los resultados obtenidos fueron los siguientes:



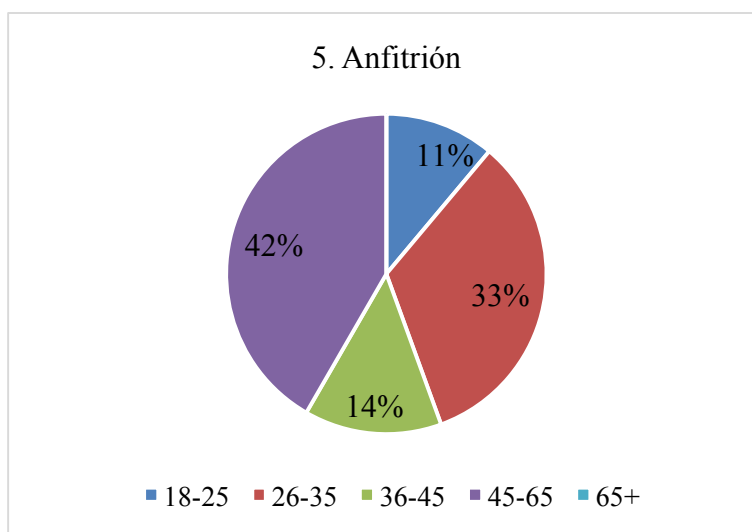
Gráfica 17: Distribución perfiles por edad para “París”

Ante la pregunta “2. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” los resultados obtenidos fueron los siguientes:



Gráfica 18: Distribución perfiles por edad para “2. Anfitrión”

Ante la pregunta “5. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” los resultados obtenidos fueron los siguientes:



Gráfica 19: Distribución perfiles por edad para “5. Anfitrión”

6.5.3.1. Interpretación de los resultados en función de rangos de edad

Así como los resultados de las preguntas con perfiles de personas “no blancas” y “blancas” eran sencillos de analizar y demostraban que, por lo general, tendemos a preferir los perfiles de *Airbnb* de personas “blancas” frente a los perfiles de personas “no blancas”; los resultados de las preguntas con perfiles de diferentes edades no nos llevan a una conclusión clara. No podemos asegurar que exista un sesgo claro con respecto a la edad del individuo tras el perfil de *Airbnb* que se plantee. Es decir, la muestra de personas encuestadas no parece guiarse de una forma clara con respecto a la edad. Sin embargo, a continuación procederemos

a una serie de análisis de las posibles relaciones entre las respuestas dadas a unas preguntas y otras. Puede que esto nos ayude a entender mejor si realmente existe un sesgo de edad correlacionado con la edad del individuo encuestado.

6.6. Análisis de las posibles relaciones entre respuestas

6.6.1. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la edad del individuo encuestado

En primer lugar calculamos la posible relación entre los diferentes rangos de edad de los encuestados y sus respuestas a la pregunta “Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Londres				
Edad encuestado	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
36+		6	6	
18-35	40	20	60	
Total general	40	26	66	7,2429

Tabla 1: Relación edad tipo de perfil elegido para “Londres”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,007118, por lo que esta relación es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, existe una asociación entre el rango de edad de los encuestados y sus preferencias entre perfiles de “no blancos” y “blancos” para esta pregunta. Según este análisis, para esta pregunta, las personas mayores de 36 años preferirían los perfiles de “no blancos” frente a aquellos de “blancos”.

A continuación, calculamos la posible relación de los rangos de edad con las respuestas obtenidas a la pregunta: “Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Mallorca				
Edad encuestado	No blanco	Blanco	Total general	Chi-cuadrado
18-35	21	39	60	
36+	2	4	6	
Total general	23	43	66	0,0067

Tabla 2: Relación edad tipo de perfil elegido para “Mallorca”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

En este caso el p-valor es igual a 0,934892, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación entre el rango de edad y sus preferencias de tipo de perfil.

Proseguimos con el cálculo de la posible relación entre los diferentes rangos de edad de los encuestados y sus respuestas a la pregunta: “Te vas de viaje a Nueva York, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos de la regresión:

Nueva York				
Edad encuestado	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
36+	8	4	12	
18-35	65	47	112	
Total general	73	51	124	0,3335

Tabla 3: Relación edad tipo de perfil elegido para “Nueva York”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

En este caso el p-valor es igual a 0,563628, por lo tanto, esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación entre el rango de edad y sus preferencias de tipo de perfil.

En el caso de la pregunta “1. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” al correlacionar las respuestas obtenidas para ella con los diferentes rangos de edad de los encuestados, este es el resultado:

1.Anfitrión				
Edad encuestado	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
36+	6		6	
18-35	52	8	60	
Total general	58	8	66	0,0049

Tabla 4: Relación edad tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

En este caso el p-valor es igual a 0,944253, por lo tanto, esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación entre el rango de edad y sus preferencias de tipo de perfil.

Para la pregunta “3. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con los diferentes rangos de edad de los encuestados nos lleva a este resultado:

3. Anfitrión				
Edad encuestado	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
36+	8	4	12	
18-35	88	24	112	
Total general	96	28	124	0,8787

Tabla 5: Relación edad tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

En este caso el p-valor es igual a 0,348562, por lo que, esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación entre el rango de edad y sus preferencias de tipo de perfil.

Por su parte, para la pregunta “4. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con los diferentes rangos de edad de los encuestados nos lleva a este resultado:

4. Anfitrión				
Edad encuestado	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
36+	2	10	12	
18-35	48	64	112	
Total general	50	74	124	3,0896

Tabla 6: Relación edad tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

En este caso el p-valor es igual a 0,078793, por lo que, al igual que en el caso anterior, esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación entre el rango de edad y sus preferencias de tipo de perfil.

6.6.1.1. Análisis de los resultados de las correlaciones con los rangos de edad.

Tras realizar los análisis de asociaciones anteriores, podemos asegurar que no existe relación alguna entre los diferentes rangos de edad de los encuestados y sus preferencias entre perfiles de individuos “no blancos” y “blancos”. Es decir, no podemos asegurar que las personas de un rango de edad concreto posean una mayor tendencia hacia un comportamiento racista que otras, puesto que solo hemos hallado una asociación entre la edad de los encuestados y sus preferencias de tipo de perfil en las respuestas a la pregunta sobre el viaje a Londres.

Hay veces que podemos tender a pensar que los comportamientos o las conductas racistas son tema del pasado o algo más relacionado con personas de edades más avanzadas; podemos pensar que los jóvenes, en su mayoría, ya no se comportan de forma racista ni dejan

guiar sus decisiones en función de temas relacionados con el color de la piel. Así lo indican ciertas estadísticas nacionales en EEUU que demuestran que los jóvenes blancos son menos propensos a expresar estereotipos raciales que los blancos de edades más avanzadas (Hagerman, 2018).

Sin embargo, atendiendo a los resultados de este estudio, no existe tal relación, por lo que podemos asegurar que, al menos las personas que han participado en esta encuesta no pueden justificar su comportamiento más o menos racista con el rango de edad al que pertenezcan. De hecho, la única relación que se ha probado estadísticamente significativa, la de las respuestas a Londres que hemos obviado, prueba lo contrario. Según los datos analizados para esta pregunta, los menores de 36 años tenderían más que sus mayores a elegir los perfiles de personas "blancas". Podría no ser un caso aislado, pues hay una corriente de pensamiento que apoya la idea de que el racismo no ha disminuido en los últimos años, o no tanto como creemos, sino que, los prejuicios raciales simplemente se articulan de nuevas maneras (Hagerman, 2018). Una de estas nuevas formas es lo que el sociólogo Tyrone Forman llama "apatía racial" - una "indiferencia hacia la desigualdad social, racial y étnica y falta de compromiso con los asuntos sociales relacionados con la raza" (Forman & Lewis, 2006, p. 175).

Tal y como indica Hagerman en su artículo, la apatía racial es una forma más pasiva de comportamiento racista. En una era en la que nos debemos a lo *políticamente correcto* tal vez esta sea la nueva forma de racismo encubierto. Lo que queda claro es que, al igual que Hagerman asegura, tras su investigación en territorio estadounidense, que las nuevas generaciones no son, necesariamente, menos racistas que las generaciones anteriores (Hagerman, 2018); tras mi investigación puedo asegurar que, teniendo en cuenta la muestra analizada, no podemos asegurar que las nuevas generaciones sean ni menos ni más racistas que las anteriores⁸. No obstante, debemos tener en cuenta que este análisis se realiza con las opiniones de diferentes generaciones que comparten un mismo contexto histórico, el actual. Es decir, muy posiblemente, si comparásemos las respuestas a las mismas preguntas de personas en la España o el Estados Unidos de los años 50 o 60 con las de ciudadanos en la actualidad, los resultados serían muy diferentes. Probablemente, en ese caso, sí que podríamos asegurar

⁸ Muchos de los encuestados son personas cercanas a mí, jóvenes y que han recibido una educación de alta calidad. Muchos de ellos, tras realizar la encuesta quedaban un tanto contrariados con sus propias respuestas. Varios me contactaron, entre sorprendidos y avergonzados por reconocer que habían respondido guiados por cierto sesgo racial. Querían saber cuáles eran los resultados finales, quizá por curiosidad, quizá por no sentirse los únicos que habían respondido de esa forma. Mi respuesta siempre solía ser la misma: "comprendo perfectamente que hayas respondido así a las preguntas porque yo habría hecho lo mismo de no ser porque estoy haciendo yo el estudio".

con certeza que las personas de las décadas 50 y 60 se dejarían guiar más por pensamientos racistas que en la actualidad. En cualquier caso, esto es una hipótesis propia.

6.6.2. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la nacionalidad.

En esta sección procedemos al cálculo de las posibles relaciones entre la nacionalidad del individuo encuestado y sus respuestas ante las preguntas situacionales en las que las opciones a elegir son perfiles de personas “no blancas” y personas “blancas”.

En primer lugar calculamos la posible relación entre la nacionalidad de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta “Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Londres				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	33	22	55	
No española	7	4	11	
Total general	40	26	66	0,0508

Tabla 7: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Londres”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,82173, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre la nacionalidad del encuestado y su preferencia de tipo de perfil.

A continuación calculamos la posible relación entre la nacionalidad de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta: “Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Mallorca				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	37	18	55	
No española	6	5	11	
Total general	43	23	66	0,654

Tabla 8: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Mallorca”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,418688, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre la nacionalidad del encuestado y su preferencia de tipo de perfil.

Proseguimos con el cálculo la posible relación entre las nacionalidades de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta: “Te vas de viaje a Nueva York, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos de la regresión:

Nueva York				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	64	43	107	
No española	9	8	17	
Total general	73	51	124	0,2861

Tabla 9: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “Nueva York”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,592731, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre la nacionalidad del encuestado y su preferencia de tipo de perfil.

En el caso de la pregunta “1. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” al relacionarla con la procedencia de los encuestados estos son los resultados obtenidos:

1.Anfitrión				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	48	7	55	
No española	10	1	11	
Total general	58	8	66	0,1138

Tabla 10: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,735866, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación.

Para la pregunta “3. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con la nacionalidad de los encuestados nos lleva a este resultado:

3. Anfitrión				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	85	22	107	
No española	11	6	17	
Total general	96	28	124	1,8215

Tabla 11: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,177135, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe tal asociación.

Por su parte, para la pregunta “4. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con la nacionalidad de los encuestados nos lleva a este resultado:

4. Anfitrión				
Nacionalidad	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Española	43	64	107	
No española	7	10	17	
Total general	50	74	124	0,006

Tabla 12: Relación nacionalidad tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,938415, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre la nacionalidad del encuestado y su preferencia de tipo de perfil.

6.6.1.3. Análisis de los resultados de las correlaciones anteriores.

El estudio no ha llevado a poder señalar una clara relación entre las diferencias ante sesgos raciales de los españoles frente a otras nacionalidades. Sin embargo, este resultado no es concluyente, pues la muestra de personas de nacionalidades distintas a la española es tremendamente variada⁹ y muy pequeña comparada con la muestra de encuestados españoles. Esto dificulta sacar conclusiones sobre las preferencias de tan diversa y reducida muestra de personas.

⁹ Recibí respuestas de personas con nacionalidad alemana, británica, estadounidense, francesa, holandesa, italiana, irlandesa, portuguesa e incluso personas de Yemen y Kazajistán.

6.6.3. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con su sexo.

En esta sección procedemos al cálculo de las posibles correlaciones entre el sexo del individuo encuestado y sus respuestas ante las preguntas situacionales en las que las opciones a elegir son perfiles de personas “no blancas” y personas “blancas”.

En primer lugar calculamos la posible relación entre el sexo de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta “Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Londres				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	9	10	19	
Mujer	31	16	47	
Total general	40	26	66	1,9583

Tabla 13: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Londres”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,723016, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre el sexo del contestante y sus preferencias de tipo de perfil.

A continuación calculamos la posible relación entre el sexo de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta: “Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos:

Mallorca				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	13	6	19	
Mujer	30	17	47	
Total general	43	23	66	0,1256

Tabla 14: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Mallorca”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,723016, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre el sexo del contestante y sus preferencias de tipo de perfil.

Proseguimos con el cálculo la posible relación entre el sexo de los participantes en la encuesta y sus respuestas a la pregunta: “Te vas de viaje a Nueva York, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):” estos son los resultados obtenidos de la regresión:

Nueva York				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	21	15	36	
Mujer	52	36	88	
Total general	73	51	124	0,0061

Tabla 15: Relación sexo tipo de perfil elegido para “Nueva York”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,937972, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre el sexo del contestante y sus preferencias de tipo de perfil.

En el caso de la pregunta “1. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” al relacionarla con el sexo de los encuestados estos son los resultados obtenidos:

1.Anfitrión				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	18	1	19	
Mujer	40	7	47	
Total general	58	8	66	1,1781

Tabla 16: Relación sexo tipo de perfil elegido para “1. Anfitrión”
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,277749, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre el sexo del contestante y sus preferencias de tipo de perfil.

Para la pregunta “3. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con las nacionalidades de los encuestados nos lleva a este resultado:

3.Anfitrión				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	34	2	36	
Mujer	62	26	88	
Total general	96	28	124	8,4107

Tabla 17: Relación sexo tipo de perfil elegido para “3. Anfitrión”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,00373, por lo que esta relación es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, en este caso sí existe tal asociación.

Por su parte, para la pregunta “4. Eres un anfitrión de *Airbnb* y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* todas el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías?” el análisis de su relación con el sexo de los encuestados nos lleva a este resultado:

4.Anfitrión				
Sexo	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Hombre	16	20	36	
Mujer	34	54	88	
Total general	50	74	124	0,3582

Tabla 18: Relación sexo tipo de perfil elegido para “4. Anfitrión”.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,549533, por lo que esta relación no es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, no existe asociación estadísticamente significativa entre el sexo del contestante y sus preferencias de tipo de perfil.

6.6.3.1. Análisis de los resultados de las correlaciones anteriores.

Tal y como podemos apreciar en el análisis anterior, no podemos concluir que el comportamiento mayor o menormente racista se vea sesgado por el sexo al que pertenezca el encuestado, puesto que tan solo hemos hallado cierta relación entre el sexo del encuestado y su respuesta a la pregunta “3.Anfitrión”. Con tan solo una relación hallada, no es certero afirmar que los hombres sean más o menos racistas que las mujeres ni viceversa. Al menos, atendiendo a los resultados obtenidos por esta encuesta, no existe una evidencia clara de que ninguno de los dos sexos esté ligado a una determinada conducta frente al color de la piel de los diferentes perfiles de *Airbnb* planteados en la encuesta.

En ocasiones tendemos a imaginar que las figuras femeninas son más magnánimas, más sensibles y, por lo tanto, menos racistas. Sin embargo, esto no tiene ningún tipo de base académica, pues tal y como señala Sepuill en su artículo “Women can be racist, too”, las

mujeres “también pueden ser racistas” (Sepruill, 2018). No obstante, esta fama de ser menos racistas que los hombres puede que nazca de que las mujeres lo intenten ocultar más que los hombres, por miedo al *¿qué dirán?* si son llamadas racistas (Doyle, 2018).

En cualquier caso, tal y como indican los artículos citados y en base a los resultados analizados, no podemos decir que el sesgo racial sea más acentuado en las mujeres que en los hombres ni viceversa.

6.6.4. Preguntas situacionales con perfiles de individuos “blancos” y “no blancos” correlacionadas con la ausencia o posesión de referencias.

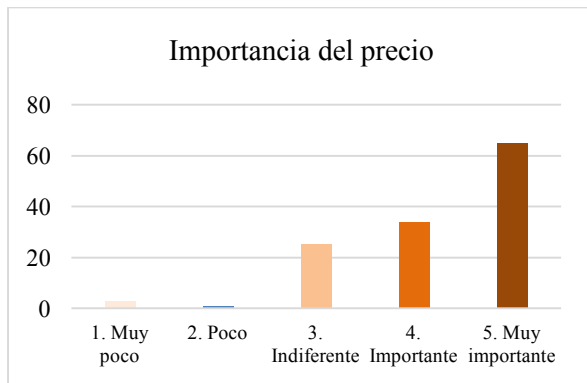
En este apartado analizamos si el hecho de que un perfil posea referencias marca la diferencia tanto como para batir el sesgo racial. Con dicho objetivo, realizamos el análisis de la relación de ambas variables y el resultado es el siguiente:

¿Marca la diferencia las referencias?				
Color de piel	Blanco	No blanco	Total general	Chi-cuadrado
Con referencias	198	172	370	
Sin referencias	207	123	330	
Total general	405	295	700	6,0731

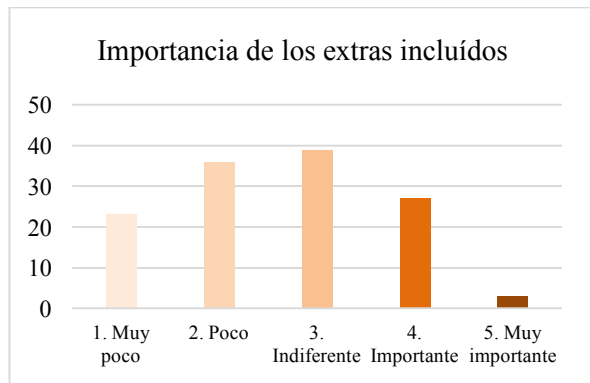
Tabla 19: Relación referencias tipo de perfil elegido.
Análisis realizado a través de *Social Science Statistics* (2019).

El p-valor es igual a 0,013726, por lo que esta relación es estadísticamente significativa para un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Es decir, existe tal asociación. Por lo tanto, a diferencia de los análisis de las variables anteriores, en este caso sí que podemos afirmar que existe cierta relación entre el sesgo racial y las referencias. Dicha relación indica que, aquellos perfiles que posean referencias son menos propensos a sufrir el sesgo racial que aquellos que no cuenten con referencia alguna. Esto demuestra dos cosas:

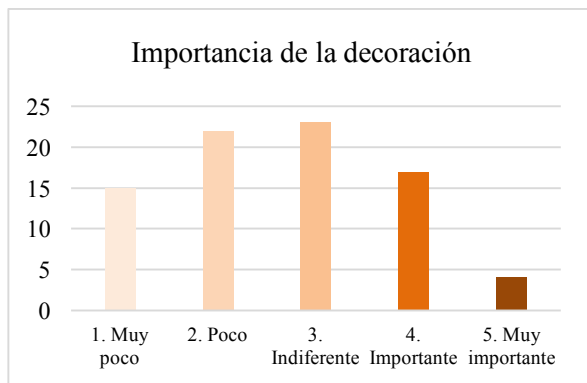
En primer lugar, que los encuestados han sido, en cierto modo, coherentes en sus respuestas. Anteriormente se les había preguntado por la importancia que le daban a una serie de características de los *Airbnbs* (perfil del dueño, localización, precio, decoración, extras incluidos y referencias); se les pedía que puntuasen del 1 al 5 la importancia que consideraban que cada uno de estos aspectos tiene en su proceso de razonamiento a la hora de elegir un alojamiento de *Airbnb*. Estos fueron los resultados:



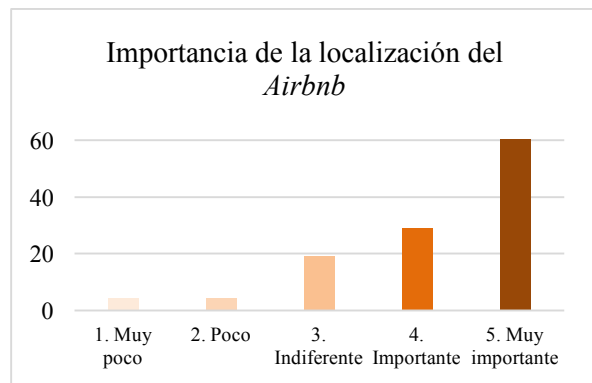
Gráfica 21: Importancia del precio



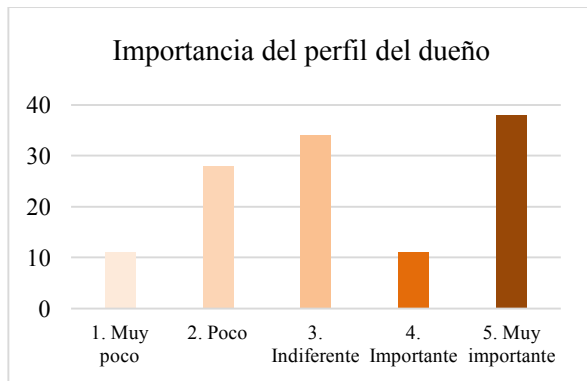
Gráfica 20: Importancia de los extras incluidos



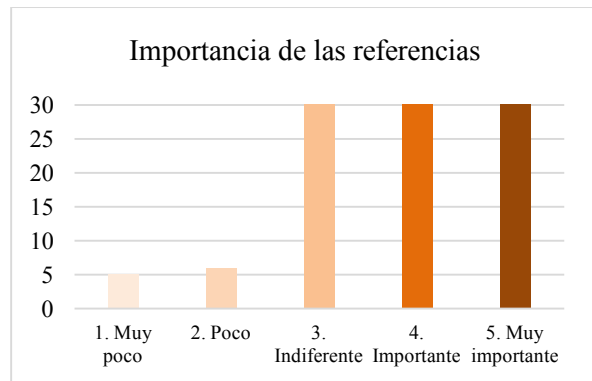
Gráfica 23: Importancia de la decoración



Gráfica 22: Importancia de la localización



Gráfica 25: Importancia del perfil del dueño



Gráfica 24: Importancia de las referencias

En términos generales, el 49,9% de los encuestados consideraron el precio como un factor importante o muy importante; el 49,8% opinaron que la localización es un factor importante o muy importante; y el 46% que las referencias son un aspecto importante o muy importante a la hora de elegir un *Airbnb*. Tan solo el 23,6% consideró importante o muy importante el perfil del dueño; y los extras incluidos y la decoración no tienen una importancia relevante para la mayoría de los participantes en la encuesta (tan solo un 18,3% y un 12,4% de los encuestados los consideran factores muy importante o importantes respectivamente). Por

lo tanto, podemos sacar en claro que la mayoría de las personas que respondieron a la encuesta consideran que el precio, la localización y las referencias son factores bastante más importantes que el resto. En consecuencia, es coherente que los encuestado tiendan a cambiar su opinión sobre qué perfiles elegir cuando estos cuentan con referencias, pues atendiendo a sus respuestas previas, les dan mayor importancia a las referencias que al perfil de los dueños.

En segundo lugar, la relación existente entre las referencias y la disminución del sesgo racial también demuestra como cierta la máxima de la economía colaborativa que mencionamos anteriormente. Recordemos que esta supone que el factor diferencial y realmente determinante a la hora de elegir alojamiento son las recomendaciones de los usuarios que han hecho uso del mismo servicio previamente. Como ya se afirmó anteriormente, esta red de comentarios y recomendaciones entre usuarios, que no se conocen personalmente, es un concepto introducido por los negocios de economía colaborativa y son parte fundamental de su éxito (Neuman & Gutt, 2017; *Sharing Economy Platforms-SEP*; Fradkin, Grewal y Holtz, 2015).

Los usuarios de las plataformas de economía colaborativa desconfían de aquellos perfiles que no han recibido nunca una evaluación (Stanoevska-Slabeva, Lenz-Kesekamp, & Suter, 2018). Ante la imposibilidad de contrastar diferentes opiniones, la gente tendería a dejarse llevar por estereotipos, pues el desconocimiento nos lleva a crear barreras absurdas sin fundamento, nos hace mostrar los prejuicios. Aunque también podríamos decir que, en muchos casos, nos dejamos llevar por el famoso refrán español que dice así: “más vale malo conocido que bueno por conocer”. No pretendo discutir la veracidad del refrán, aunque sí considero que, en ocasiones, lo aplicamos mal por identificar incorrectamente lo que está “por conocer”. Es decir, en este caso particular en el que estudiamos los sesgos raciales de los usuarios de *Airbnb* en España (fundamentalmente), puede que consideremos a las personas con un color diferente de piel al nuestro como *menos conocidos* que aquellos que tienen el mismo color de piel. Sin embargo, si nos paramos a pensar en ello, posiblemente nos percatemos de que no tiene sentido alguno. No tiene fundamento alguno pensar que alguien que tenga el mismo color de piel que nosotros es, necesariamente, más *conocido* que alguien con una tonalidad diversa¹⁰.

¹⁰ Cuando comencé a enviar a mis amigos la encuesta me sorprendió que uno de ellos me recriminara que hiciera una encuesta así. Según él, era normal que, siendo todos los perfiles iguales, eligiera a aquellos que se asemejaran más a él (y con ello se refería a los “blancos”). A su opinión se unieron varias personas más. No lo recojo aquí como una crítica hacia él, sino, simplemente para poner de manifiesto que es real que, en muchos casos, nos dejamos llevar por sesgos raciales porque consideramos que compartir una misma tonalidad de piel nos hace más parecidos; es como si considerásemos que las personas de una misma tonalidad de piel comparten ciertos mínimos morales y pautas de conducta que harán que nuestra convivencia sea, posiblemente, más agradable.

Es tal vez por esta razón por la que, al introducir la variable de las referencias, la tendencia cambia. Al dar información sobre los servicios que se prestan, los usuarios anteriores ayudan a los futuros a acercarse a los que parecen desconocidos (Fradkin, Grewal y Holtz, 2017), evitando así los sesgos en función de las apariencias; sesgos que, en cualquier caso, siempre estarán dominados por prejuicios puesto que, si no poseemos más información que un nombre, una edad y una foto, es normal que nos dejemos llevar por las apariencias, pues no hay nada más sobre los que nos podamos apoyar. El problema es que, en vez de apoyarnos en la actitud que percibamos a través de una foto (una sonrisa, una postura seria...), lo hagamos, simplemente, en la percepción que tengamos sobre una determinada tonalidad de piel.

7. ¿QUÉ POSIBILITA ESTAS SITUACIONES DE RACISMO?

Como bien he mencionado anteriormente, Internet posibilita que se pongan en contacto minorías reaccionarias muy dispersas, que se radicalicen aún más al unirse y se hagan fuertes (The New York Times, 2018). Además, la pantalla suele servir de “escudo protector” para muchas personas que, en un cara a cara, ni siquiera se atreverían a tomar posiciones tan marcadamente discriminatorias. Esta especie de *escudo* da alas a discursos de odio y comentarios racistas en las plataformas de *online*, sobre todo en secciones tales como los apartados de comentarios de las noticias o en los foros comunitarios (Martin, McCann, Morales, & Williams, 2013, p. 4). Como la unión hace la fuerza y la red tiene la virtud (en este caso la desventaja) de poder unir a personas que se encuentran en los lugares más recónditos del mundo, Internet se convierte en una gran plataforma en la que se posibilita la unión de grupos minoritarios que se hacen fuertes al agruparse y tener un medio gratuito y de tanto alcance para compartir sus ideas.

No obstante, el principal problema es que los incidentes discriminatorios han tendido a producirse en espacios donde el proveedor de la plataforma no tiene la obligación de asegurar que se cumplan las leyes antidiscriminación (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018). Es decir, la principal causa que posibilita la propagación de comportamientos racistas en estas plataformas son los vacíos legales.

Si nos paramos a pensar en todos los avances que ha habido en estas últimas décadas y, sobre todo, la velocidad a la que se han producido, entenderemos fácilmente la dificultad de adaptar las leyes a la nueva realidad en la que vivimos. Es más, no es que estos avances requieran solo una adaptación de las leyes, sino la creación de nuevos marcos legislativos. Y es que, tal y como indica Andrew D. Murray en su libro *The Regulation of Cyberspace* (2007) “uno de los debates académicos más apasionados y vibrantes de la última década ha sido la

intrincada cuestión de si es posible regular las acciones de los individuos en el ciberespacio y, en caso afirmativo, qué forma debería adoptar dicha regulación.” (Murray, 2007, p. X)

Durante toda la historia de la humanidad, las transformaciones tecnológicas y los avances en general se han producido de una forma paulatina por lo que, tanto las leyes como las personas han tenido más tiempo de adaptarse a los cambios. Sin embargo, la realidad actual es diversa, pues la revolución digital ha acelerado vertiginosamente los cambios tecnológicos. En un espacio temporal menor al de la vida de una persona, se han producido cambios de magnitud tal que antes hubieran tardado generaciones en producirse: Internet, los dispositivos móviles y los medios sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y obtenemos información sobre el mundo (Scharre, 2018). Sobre todo, ha afectado al mundo de los negocios, por lo general ha sido un efecto positivo el que ha producido en él, pues han surgido nuevas formas de hacer negocios muy fructíferas y beneficiosas. No obstante, estas nuevas formas de negocio no siempre parecen ser correctas, pero es difícil regularlas legislativamente, pues faltan marcos jurídicos concretos para tan amplia gama de negocios que se abre ante nuestros ojos y que no para de aumentar. Además, a día de hoy las nuevas formas de negocio ya están bastante desarrolladas para cuando entramos a legislar. Tanto es así que llegamos a un punto en el que las propias empresas son tan fuertes que tienen la capacidad de evitar que se apliquen ciertas normativas que perjudicarían económicamente sus negocios (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018); se podría describir esta forma de presión como un “neoliberalismo de retroceso” (Peck & Tickell, 2006). Por otro lado, la estructura de la economía colaborativa propicia que la monitorización y la denuncia de las actitudes racistas recaiga sobre los propios usuarios en vez de sobre la estructura gubernamental (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018).

Por otro lado, el contexto político y social en el que vivimos actualmente no ayuda a evitar ciertas conductas quizá un tanto racistas. El hecho de que muchos Estados occidentales se encuentren, casi de forma permanente, en alerta ante posibles ataques de terroristas islámicos lleva a que los ciudadanos de dichos Estados rechacen a las personas de origen árabe. De hecho, según el *Informe sobre la Islamofobia en Europa* (2017), es alarmante el gran número de ataques islamófobos que se están produciendo en los principales Estados del Viejo Continente. Por ejemplo, en Dinamarca el 20% de los crímenes de odio cometidos en 2016 estaban dirigidos a musulmanes, cifra muy alta si tenemos en cuenta que tan solo suponen el 5% de la población (Bayrakli & Hafez, 2017, p. 28). Por otro lado, en España se registraron 546 ataques contra los musulmanes en 2017.

Además, tras cada ataque terrorista las comunidades musulmanas tienden a sufrir el escrutinio de las autoridades. Por ejemplo, en Francia, Estado europeo que quizá más haya

sufrido los ataques islámicos, se llevaron a cabo 4.500 redadas policiales en 2017 y la lista de personas musulmanas bajo vigilancia del gobierno ascendió a 25.000 para finales de 2017 (Bayrakli & Hafez, 2017, p. 28). Esta, realmente, es una reacción normal de las autoridades públicas, que ante la magnitud de problema intenta abordarlo de la mejor manera posible. El problema real es cuando los ciudadanos intentan tomar la justicia por su mano y movidos por el rechazo natural que les produce los ataques terroristas, cargan contra comunidades musulmanas: en Bruselas, el mes posterior a los atentados de 2016, se registraron 36 incidentes islamofobos (CCIB, 2016).

Teniendo en cuenta el panorama internacional y nacional, no es sorprendente que los resultados de la encuesta mostrados en la sección 6.6.2 ilustren una clara tendencia de los encuestados a elegir cualquier tipo de perfil antes que un perfil de un sujeto con aspecto árabe.

Por otra parte, en el caso concreto de *Airbnb* el hecho de que todo usuario tenga la posibilidad de poner una foto de perfil y que la propia plataforma te anime a subir un autorretrato para completar tu perfil (Airbnb, 2019b) tampoco contribuye mucho a paliar estas conductas discriminatorias. Si a esto le unimos que los anfitriones puedan elegir aceptar o rechazar las peticiones de reserva quizá las posibilidades de que se dejen llevar por prejuicios aumenten.

En conclusión, quizá las discriminaciones raciales que pueden llegar a experimentar ciertos usuarios de *Airbnb* se deban un conglomerado de factores. En primer lugar, la creación de Internet ha posibilitado que las minorías racistas se unan a través de la red y comuniquen su discurso por medio de las plataformas *online*, consiguiendo ganar adeptos. En segundo lugar, la rapidez con la que se están produciendo los cambios tecnológicos parece ser difícilmente seguida por los poderes legislativos, por lo que se encuentran grandes vacíos legales. En tercer lugar, el contexto político actual, dominado por los ataques terroristas a las grandes ciudades occidentales, incrementa el rechazo de los ciudadanos de dichos Estados hacia las personas de aspecto árabe. Finalmente, la capacidad de los anfitriones de *Airbnb* de poder aceptar o rechazar una reserva y el hecho de que *Airbnb* anime a los usuarios a subir su autorretrato tampoco ayuda a luchar contra el sesgo racial.

8. POSIBLES SOLUCIONES PARA ATAJAR EL PROBLEMA

8.1. Acciones llevadas a cabo por Airbnb.

Para *Airbnb* la problemática entorno a los casos de discriminación racial en su plataforma no han pasado desapercibidos. En respuesta a las críticas generalizadas a raíz de las

múltiples denuncias de discriminación, *Airbnb* decidió abordar proactivamente las crecientes quejas modificando sus políticas (McCloskey, 2018, p. 213-214). Para iniciar esta transformación, la compañía contrató al exfiscal general de los Estados Unidos, Eric Holder, para que ayudara a la empresa a elaborar nuevas políticas antidiscriminatorias (Bhattarai, 2016) Asimismo, la compañía trajo a Laura Murphy, ex directora de la oficina de Washington de la Unión Americana de Libertades Civiles, para realizar una revisión interna de las políticas actuales de la compañía y hacer sugerencias para el cambio (Bhattarai, 2018, p. 213-214). En palabras del CEO de *Airbnb*, Brian Chesky, el objetivo de la compañía es hacer "más fuerte" la política de discriminación que mantiene *Airbnb* (McCloskey, 2018).

Con este objetivo en mente, *Airbnb* redactó una política específica para combatir la discriminación que está colgada en su página web y se titula así "Política contra la discriminación de Airbnb: apostamos por la inclusión y el respeto" (Airbnb, 2019c). Este escrito comienza afirmando que "*Airbnb* es, en esencia, una comunidad abierta dedicada a estrechar lazos a nivel internacional mediante el fomento de experiencias enriquecedoras que se puedan compartir entre personas de todas partes del mundo. Nuestra comunidad incluye a millones de personas de prácticamente todos los rincones del planeta. Es una comunidad increíblemente diversa que conecta a personas con culturas, valores y normas muy diferentes." (Airbnb, 2019). Con esta introducción, *Airbnb* recalca su esencia de comunidad y el hecho de que hayan llegado a todos los rincones de la Tierra les hace ser una compañía que aboga por la diversidad.

El texto prosigue con un apartado dedicado, especialmente, a los anfitriones estadounidenses y europeos denominado "Pautas específicas para anfitriones de EE. UU. y de la Unión Europea" (Airbnb, 2019). Uno de los puntos de este apartado aborda las diferencias de "color de piel, etnia, nacionalidad, religión, orientación sexual, identidad de género o estado civil" (Airbnb, 2019) y en él se describe qué prácticas le están prohibidas a los anfitriones de *Airbnb* en su trato con sus huéspedes; según estas, no pueden:

1. *rechazar a un huésped por motivos de color de piel, etnia, nacionalidad, religión, orientación sexual, identidad de género ni estado civil;*
2. *imponer ninguna condición distinta basándose en el color de piel, la etnia, la nacionalidad, la religión, la orientación sexual, la identidad de género o el estado civil;*
3. *publicar ningún anuncio ni realizar ninguna declaración que disuada al huésped o indique una preferencia a favor o en contra de dicho huésped por motivos de color de piel, etnia, nacionalidad, religión, orientación sexual, identidad de género ni estado civil.* (Airbnb, 2019)

A través de esta política, *Airbnb* deja clara su postura con respecto a los tratos discriminatorios. Pero no solo se ha quedado en la palabra sobre el papel, *Airbnb* ha impulsado ciertas iniciativas para marcar una diferencia real. Por ejemplo, en 2017 se involucró con la Asociación Nacional para el Avance de las Personas de Color de EEUU (*National Association for the Advancement of Colored People*) con el objetivo de ampliar el servicio de *Airbnb* a más comunidades minoritarias y que con ello estas se beneficiarán económicamente del turismo y la creación de puestos de trabajo (Tracy, 2017).

Con estas medidas, *Airbnb* pretende paliar el daño que han podido sufrir algunos de sus usuarios y crear las herramientas necesarias para evitar, en la manera de lo posible, que esto vuelva a ocurrir o, que en el caso de que ocurriera, se pudieran tomar las medidas necesarias para penalizar estos comportamientos indecorosos.

8.2. Soluciones planteadas a título personal

8.2.1. Creación de un marco legislativo específico

Tal y como se menciona al inicio del estudio, los mayores problemas a los que se está enfrentando *Airbnb* actualmente por todo el mundo son los legales. *Airbnb* tiene actualmente abiertos numerosos litigios en varias regiones del mundo, fundamentalmente relacionadas con el pago de impuestos: las instituciones públicas consideran que la plataforma web en cuestión no paga los impuestos que le corresponderían por volumen de negocio (Martineau, 2019), o porque consideran que están alquilando alojamientos de una forma ilegal, como es el caso del litigio con París que comenzó el pasado febrero (Coffey, 2019). En cualquier caso, por muchos que sean los procesos legales que tenga abiertos la compañía, por lo general parecen salir airoso de ellos y seguir creciendo. De hecho, la demanda interpuesta por las autoridades de París a *Airbnb* terminó siendo desestimada por falta de pruebas que avalasen la supuesta infracción que había cometido *Airbnb* según el Ayuntamiento de París (Floc'h & Piquard, 2019).

En general, tal y como señala McLaughlin (2018), desde el nacimiento de los negocios de economía colaborativa, los tribunales estadounidenses han recibido peticiones de todas las regiones de Estados Unidos para crear un marco teórico que regule estos negocios, y una institución concreta que imponga dicha legislación. En general parece que, ante la incapacidad de encajar las nuevas actividades de la economía colaborativa en los marcos legislativos que se llevan utilizando décadas, quedan sin ser reguladas; disfrutan de un cierto estado de *libre albedrío* (McLaughlin, 2018, p.164).

Esta falta de regulación no solo afecta a la supuesta evasión de impuestos, sino que también afecta al incumplimiento de las leyes que protegen la igualdad entre personas de diferente color de piel. Por ejemplo, en Estados Unidos existe una ley llamada *Fair Housing Act* (1968) que se traduce como Ley de Equidad de Vivienda. Dicha ley fue creada con el propósito de evitar que los solicitantes de vivienda durante el siglo XX sufrieran tratos discriminatorios en base al color de su piel (McLaughlin, 2018, p.153). El problema es que dentro de esta ley se incluye una excepción denominada "exención de la Sra. Murphy", que protege a los pequeños apartamentos y casas ocupados por sus dueños de la responsabilidad bajo la FHA (Forman, 2012). Esta excepción determina que, mientras un propietario viva en la casa o apartamento que alquila y el edificio contenga cuatro o menos unidades de alquiler, es libre de discriminar racialmente a los posibles inquilinos (Kreiczer-Levy, 2015, pp. 113-114). De hecho, los tribunales han sostenido que la exención de la Sra. Murphy también se aplica a las situaciones de vida compartida en las que los propietarios de apartamentos alquilan habitaciones de repuesto dentro de sus unidades (Kreiczer-Levy, 2015, p. 114). A medida que crecen las demandas de discriminación racial en Airbnb, también lo hacen los temores de que la exención de la Sra. Murphy proteja tanto a *Airbnb* como a sus anfitriones de la responsabilidad bajo la FHA y permita a los anfitriones discriminar legalmente a los huéspedes potenciales en base a su raza (McLaughlin, 2018, p.154).

Como este dilema legal que se plantea en Estados Unidos, son otros muchos vacíos legislativos los que se plantean en otras regiones del mundo (Hosteltur, 2017; Ginés, 2017; Wachsmuth, 2018). Es por ello preciso ahondar en el estudio de este campo, para así crear marcos legales específicos y adecuados a las necesidades de los usuarios intentando, a su vez, que el posible daño a estos negocios se reduzca al mínimo. Para ello, muy posiblemente sea de utilidad definir mejor el concepto de economía colaborativa y, quizá, catalogar *Airbnb* como un negocio de "economía a la carta" (Piracha, Sharples, Forest, & Dunn, 2018).

8.2.2. Evitar que los perfiles de *Airbnb* tengan foto.

Tomar la medida de prohibir las fotos en los perfiles de *Airbnb* sería, muy posiblemente, muy criticado por muchos usuarios. Sin embargo, acabaría de plano con la raíz de este problema. Además, no es una medida completamente transgresora, ya que cada vez es más extendida la práctica de no adjuntar una foto en el *Curriculum Vitae*. Es más, en EEUU no es una "práctica" sino una norma que nadie debe saltar si no quiere que su *Curriculum Vitae* sea rechazado de plano por error de formato (Asghar, 2013).

El hecho de *Airbnb* limitarse que las fotos mostradas fueran solo del alojamiento y, en ningún caso, de las personas que ofrece el alojamiento, permitiría que el modelo de negocio de *Airbnb* se acercase al modelo de los hoteles y hostales, alejándolo del modelo de una red social. No obstante, los dirigentes de *Airbnb* no son partidarios de eliminar la foto de perfil. Tal y como indicó el jefe de diversidad y pertenencia de *Airbnb*, David King, "Reconocemos que los prejuicios y la discriminación presentan desafíos significativos, y estamos tomando medidas para abordarlos. Las fotos de perfil son una parte importante de nuestra comunidad y son una de las muchas herramientas que ayudan a los anfitriones y a los invitados a conectarse entre sí." (Parkinson, 2016). A lo cual añadió "Agradecemos la oportunidad de trabajar con cualquiera que pueda ayudarnos a reducir la discriminación potencial en la comunidad de Airbnb" poniendo de manifiesto su apertura a nuevas ideas pero rechazo a la idea de eliminar la foto de perfil.

Aunque desde *Airbnb* cierren esta puerta a día de hoy, puede que en unos años la realidad sea distinta y opten por seguir este camino. En cualquier caso, desde mi punto de vista, es claro que la existencia de una foto de perfil es parte de la raíz del problema. Asimismo, entiendo las razones que llevan a *Airbnb* a blindar esta opción. Es normal que los anfitriones, especialmente aquellos que alquilan una habitación privada y que, por lo tanto, convivirán con el huésped, quieran ver el rostro del mismo. Somos humanos, igual que desconfiamos de aquellos que no nos miran a los ojos al hablar (Argyle & Dean, 1965, p.289), desconfiamos de alguien al que nunca le hayamos visto el rostro.

8.2.3. No dar la posibilidad de aceptar o no la reserva al anfitrión.

Quizá esta medida no fuera tan polémica como la anterior sobre la foto de perfil. Sin embargo, es cierto que, como usuario es interesante poder ver las referencias que ha recibido el huésped que le solicita el alojamiento antes de decidir si aceptarle o no.

Por un lado, eliminando esta opción, los anfitriones no tendrían la tentación de decidir si alquilarle o no el alojamiento en base a su aspecto físico, pues no cabría opción. No obstante, *Airbnb* no solo debe proteger a sus usuarios huéspedes, sino también a sus usuarios anfitriones. Los anfitriones están poniendo a disposición del público sus casas y por ello creo que es correcto que puedan decidir si alquilar o no alguien que ha recibido una o varias críticas negativas.

Esta herramienta que bloquea las reservas inmediatas también tiene su beneficio económico para el anfitrión, pues le permite elegir entre varias peticiones de reserva que se le puedan acumular en función de lo que más le convenga económica o logísticamente. Es decir,

ante una situación en la que se solapen varias reservas en las mismas fechas, el anfitrión podrá determinar cuál se ajusta más a sus necesidades. Por ejemplo, si recibe dos reservas para las mismas fechas, una para cuatro personas y otra para seis, quizá el anfitrión prefiera la reserva para cuatro porque sea más fácil organizar la logística previa a la llegada (sábanas, toallas, camas...) y la salida (limpieza); o quizá refiera la reserva para seis porque cobra un extra por cada huésped. O en otra situación en la que el mismo anfitrión reciba dos reservas solapadas en el tiempo pero una para cinco días y otra para dos: quizá el anfitrión prefiera la reserva de cinco días porque ganará más o la de dos porque necesita el alojamiento para su uso personal.

En definitiva, aunque soy consciente de que esta medida ayudaría a paliar la discriminación en *Airbnb*, soy escéptica con respecto a la aceptación que tendría.

8.2.4. Educación y concienciación

Educación y concienciación, esta es la verdadera solución del problema en cuestión, y de cualquier problema en general. Parece un cliché, pero la realidad es que los cambios que se implemente en la ley o en la plataforma con el objetivo de acabar con el racismo, únicamente le cortarían las alas, pero no acaba con el pensamiento latente en la mente de muchos. Es decir, imponer unas normas concretas no hará que las personas actúen de una forma más correcta porque consideren que es lo mejor, sino por temor a las penalizaciones; con ello corres el riesgo de que, en el caso de que las normas cambien o desaparezcan, las conductas discriminatorias vuelvan a surgir. Sin embargo, la imposición de normas es necesario, ya lo indicaron Hobbes en 1651 y Locke en 1690 en sus explicaciones sobre el puesto “Contrato Social” que había realizado la sociedad con ente superior al que se le entregaba todo el poder para que los dominase y así pudieran vivir en paz (Hobbes, 2003; Locke, 1991)

En cualquier caso, la única forma de combatir una realidad en la que “lobo es el hombre para hombre, y no hombre, cuando desconoce quién es el otro”¹¹ (Plauto, 1992, p. 16) es a través de la educación y la concienciación. No es una tarea fácil, es ardua y es la solución de la que más tarde obtendremos resultados, no obstante, es la única forma de probar que Thomas Hobbes no estaba en lo cierto cuando repetía las palabras de Plauto en *Leviatán* de 1651 (Hobbes, 2003), con el objeto de demostrar que el hombre vive en un estado de guerra continua contra su prójimo.

¹¹ *Lupus est homo homini, non homo, quon qualis sit non novit.*

Una educación bien gestionada, basada en el multiculturalismo es la única forma de ir acabando con las situaciones de racismo (Arifin & Hermino, 2017). Quizá la mayor dificultad que plantea gestionar el buen enfoque de la enseñanza es que no es tarea de una institución en concreto, sino de todos en general. Claramente el Estado juega un papel clave, pero no creo que sea el fundamental, pues quizá el ejemplo de los que nos rodean y de las buenas acciones de las empresas sea la clave. Como seres sociales que somos nos desarrollamos gracias a la vida en sociedad (Aristóteles, 1999, p.5). Además, no nacemos predeterminados, nacemos en un contexto que nos afecta y moldea¹² (Ortega y Gasset, 1914, p.44) pero seguimos aprendiendo durante toda nuestra vida, por lo tanto, la clave es buscar los referentes adecuados, leer, viajar, conocer nuevas culturas...y aspirar a ser un referente para los demás.

Como señalo en el párrafo anterior, una de las claves para combatir el racismo es viajar y conocer nuevas culturas. Es por ello por lo que considero que *Airbnb* es una empresa que puede jugar un papel fundamental en este proceso. Ya lo ejerce, pues ha traído consigo una forma de alojamiento que nos acerca más a los residentes de las ciudades que visitemos, ayudándonos así a conocer más de cerca sus culturas e impregnarnos de ellas (Folb, 2017). No obstante, debe hacer más por educar con el ejemplo, no solo a través de las penalizaciones, con iniciativas como la impulsada con la Asociación Nacional para el Avance de las Personas de Color de EEUU anteriormente señalada (Tracy, 2017).

9. CONCLUSIONES

- I. Al igual que se ha probado que en Estados Unidos existe un sesgo racial entre muchos usuarios de *Airbnb* a la hora de elegir anfitrión a quién alquilar alojamiento o huésped al que recibir, este estudio empírico demuestra que tal sesgo también guía las decisiones de la mayoría de los usuarios de Airbnb de nacionalidad española. Esto se demuestra al observar que los participantes de esta encuesta tienden a preferir los perfiles de *Airbnb* de las personas “blancas” en un 65% de los casos, mientras que eligen los perfiles de las personas “no blancas” en un 35% de las situaciones.
- II. Los participantes en la encuesta, específicamente aquellos de nacionalidad española, tienden a rechazar más concretamente los perfiles de aquellas personas con aspecto árabe.

¹² “Yo soy yo y mi circunstancia” (Ortega y Gasset, 1914, p.44)

- III. El aspecto físico de los diferentes perfiles planteados no es el único factor que tienen en cuenta los encuestados al elegir uno frente a los demás. También se dejan guiar por la actitud de la persona fotografiada, atendiendo a la postura y su expresión facial de la misma. Así pues, las personas que aparecen sonriendo tienden a ser más populares. Este factor puede incluso romper el patrón racial de elección de perfiles. Ello se demuestra en las respuestas a la pregunta “4. Anfitrión” en la que el perfil más popular es el de una persona “no blanca”, elegida por un 56% de los encuestados.
- IV. Remitiéndonos a los datos analizados, no hay pruebas concluyentes de que exista un sesgo con respecto a los diferentes rangos de edad: ni en el sentido de que se discrimine a los mayores frente a los más jóvenes a la hora de elegir perfil de *Airbnb*; ni en el sentido de que las personas en un rango de edad superior sean más proclives a discriminar racialmente que las de un rango de edad inferior, ni viceversa.
- V. Los datos recopilados nos llevan a la conclusión de que, no existe prueba estadísticamente significativa para afirmar que ninguno de los dos sexos posea una tendencia mayor a discriminar racialmente. De igual manera, tampoco podemos asegurar que los españoles se dejen guiar más o menos por sesgos discriminatorios que las personas de otras nacionalidades.
- VI. El análisis muestra que el sesgo racial en la elección de perfiles de *Airbnb* puede ser paliado a través de las referencias. Es decir, aquellos perfiles de personas “no blancas” que posean referencias son menos propensos a sufrir el sesgo racial que aquellos que no cuenten con referencia alguna. Esto demuestra que, ciertamente, *Airbnb* cumple con una de las máximas de la economía colaborativa, la confianza en los comentarios de otros usuarios. Esto significa que los consumidores basan, en gran medida, sus decisiones de compra en los comentarios positivos o negativos de los usuarios que han pagado por el mismo bien o servicio anteriormente.
- VII. La difusión de ciertas conductas discriminatorias se debe, en términos generales: a la capacidad de conexión y comunicación inmediata que tienen los grupos racistas minoritarios a través de Internet; al contexto político y social actual dominado por el temor a los ataques terroristas; y a los vacíos legales con respecto a ciertas actividades en la *web*, creados por la rapidez del desarrollo tecnológico frente a la lentitud del perfeccionamiento de los marcos legislativos necesarios.
- VIII. *Airbnb* es consciente de la existencia de ciertos comportamientos racistas a través de su plataforma y, consecuentemente, está tomando medidas para intentar dar fin al problema.

- IX. Las soluciones planteadas para acabar con los sesgos raciales en *Airbnb* son las siguientes: la creación de un marco legislativo específico para este tipo de negocios que, quizá, deberían pasar a llamarse negocios de “economía a la carta” para crear definición menos difusa; evitar que los perfiles de *Airbnb* requieran un autorretrato; imponer el modo de reserva automática a los anfitriones; contribuir a la educación y concienciación de la sociedad.

10. ANEXO 1: Encuesta Airbnb

1. **¿Qué edad tienes?**
 - a. <18
 - b. 18-25
 - c. 26-35
 - d. 36-45
 - e. 46-65
 - f. 66+
2. **¿Cuál es tu sexo?**
 - a. Hombre
 - b. Mujer
3. **¿Cuál es tu nivel de estudios?**
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Bachillerato
 - d. Formación Profesional
 - e. Grado universitario
 - f. Máster
 - g. Doctorado
4. **¿Tienes cuenta de airbnb?**
 - a. Si
 - b. No
 - c. No sé qué es
5. **Cuando eliges un airbnb, determina el orden de prioridad:**
 - a. Localización
 - b. Perfil del anfitrión
 - c. Reseñas
 - d. Precio
 - e. Extras incluidos
 - f. Decoración
6. **¿Es tu edad un número par o impar?**
 - a. Impar
 - b. Par


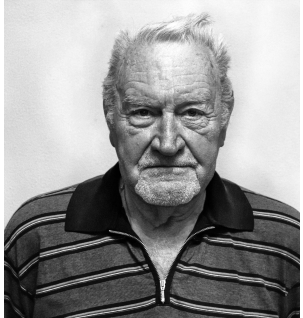
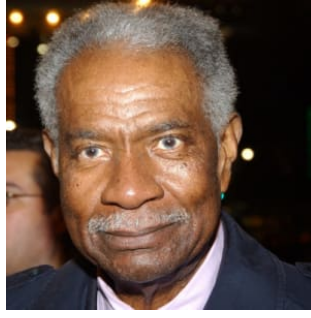
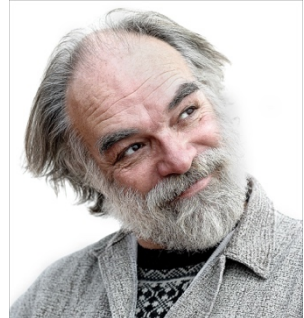
SECCIÓN 2

Imagina la siguientes situaciones:

7. Te vas de viaje a Mallorca, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):

 <p>(McKnight, 2018)</p>	 <p>(Barcroft, 2016)</p>	 <p>(Nelson, 2018)</p>	 <p>(Photographer, 2018)</p>
<p>Airbnb Kimberly Aniston, 30 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Adriana Cuenca, 29 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Molly Shein, 31 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Amina Ali, 31 años, sin referencias.</p>





8. Te vas de viaje a Londres, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):

 <p>(Altameeni, 2018)</p>	 <p>(Iancu, 2018)</p>	 <p>(Davis, 2003)</p>	 <p>(Asmussen, 2017)</p>
<p>Airbnb Aston Edems, 72 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Carlos Suárez, 71 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Jim Slim, 70 años, sin referencias.</p>	<p>Airbnb Henry Kimbel, 73 años, sin referencias.</p>




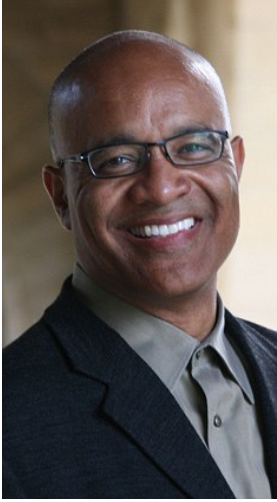
9. Te vas de viaje a Múnich, tienes las siguientes opciones todas por 40€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):

 <p>(Tatiana, 2018)</p>	 <p>(Mars, 2018a)</p>	 <p>(Thethe, 2019)</p>	 <p>(Rita, 2018)</p>
Airbnb Holly Stanford, 60 años, sin referencias.	Airbnb Kim Fender, 30 años, sin referencias.	Airbnb Molly Andrews, 23 años, sin referencias.	Airbnb Clarisa Smith, 85 años, sin referencias.

10. Eres anfitrión de Airbnb y te llegan las siguientes peticiones para reservar tu airbnb el mismo fin de semana, ¿a quién eliges alquilar? (1. Anfitrión)

 <p>(Reed, 2018)</p>	 <p>(Özsan, 2019)</p>	 <p>(Mentatdgt, 2018)</p>	 <p>(Ravi, 2018)</p>
Juanjo Cuesta, 23 años, sin referencias.	Falak Bichir, 23 años, sin referencias.	Teo Gómez, 23 años, sin referencias.	Amali Fali, 23 años, sin referencias.

11. Eres anfitrión de Airbnb y te llegan las siguientes peticiones para reservar tu airbnb el mismo fin de semana, ¿a quién eliges alquilar? (2. Anfitrión)

 <p>(Porter, 2018)</p>	 <p>(Rawpixel, 2018a)</p>	 <p>(Shaifer, 2018)</p>	 <p>(Banks, 2016)</p>
<p>Will Andersen, 67 años, sin referencias</p>	<p>Christoph Steward, 35 años, sin referencias</p>	<p>George Simons, 23 años, sin referencias</p>	<p>Fred Anook, 52 años, sin referencias</p>




SECCIÓN 3

Imagina las siguientes situaciones:

12. Te vas de viaje a Nueva York tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):

 <p>(Savage, 2017)</p>	 <p>(Notez, 2019)</p>	 <p>(Selover, 2017)</p>	 <p>(Rawpixel, 2018 a)</p>
<p>Airbnb Alejandro Baldosa, 36 años, 4 comentarios positivas y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Trevon Denver, 34 años, 4 comentarios positivas y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Nate Craig, 33 años, 4 comentarios positivas y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Asher Dorson, 35 años, 4 comentarios positivas y uno negativo.</p>


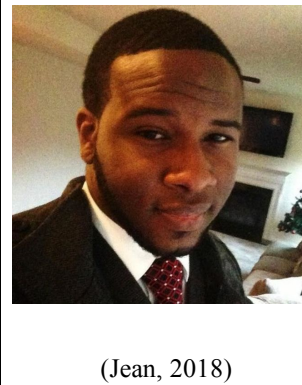
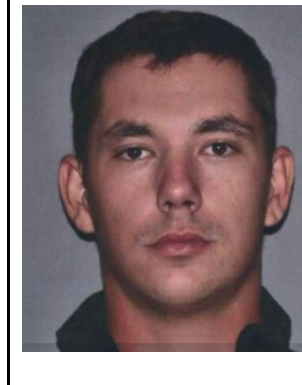
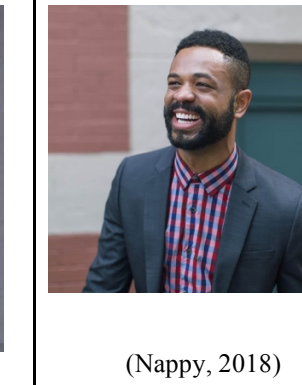
13. Te vas de viaje a París, tienes las siguientes opciones, todas céntricas, por 90€/noche (es habitación privada, no apartamento completo):

 <p>(Morillo, 2018)</p>	 <p>(Rawpixel, 2018B)</p>	 <p>(Jackson, 2018)</p>	 <p>(Taylor, 2018)</p>
<p>Airbnb Georgina Andersen, 37 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Christine Steward, 22 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb George Simons, 50 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Fred Anook, 75 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>




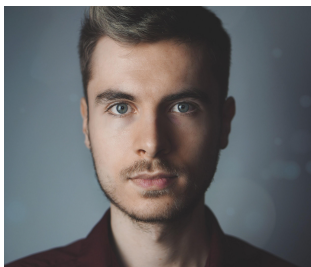
14. Eres anfitrión de Airbnb y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías? (3. Anfitrión)

			
<p>(Vendram, 2019)</p>	<p>(Mars, 2018 a)</p>	<p>(Mwabonje, 2019)</p>	<p>(Mars, 2018 b)</p>
<p>Airbnb Emma Winston, 33 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Ellen Sutton, 34 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Taylor Gardener, 33 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Regina Allen, 35 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>

15. Eres anfitrión de Airbnb y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías? (4. Anfitrión)

			
<p>(Reed, 2018)</p>	<p>(Jean, 2018)</p>	<p>(Northbridge Police, 2018)</p>	<p>(Nappy, 2018)</p>
<p>Airbnb Jaime Palomar, 25 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Terrance Cooper, 24 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Oliver Newman, 26 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.</p>	<p>Airbnb Jadan Keeper, 27 años, 4 comentarios positivos y uno negativo.</p>

16. Eres anfitrión de Airbnb y recibes las siguientes peticiones para reservar tu *Airbnb* el mismo fin de semana, ¿a quién elegirías? (5. Anfitrión)

 <p>(Hermaion, 2017)</p>	 <p>(Sayles, 2018)</p>	 <p>(Pixabay, 2018)</p>	 <p>(Robben, 2017)</p>
<p>Airbnb Daniel Church, 65 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Roger Allen, 43 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Harry Haven, 35 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>	<p>Airbnb Jackson Brady, 25 años, 6 comentarios positivos y dos negativos.</p>

11. BIBLIOGRAFÍA

11.1 Artículos académicos

- Arifin, I., Hermino, A. (2017). Multicultural Education in Schools in the Era of ASEAN Economic Community. *Canadian Center of Science: Asian Social Science*. 13 (4), 78-82.
- Argyle, M. & Dean, J. (1965). Eye-Contact, Distance and Affiliation. *Sociometry*, 28 (3), 289-304.
- Briones, R. A (2007). La integración del “otro” en la emergente España multicultural. *Gazeta de Antropología*. 23 (4). Recuperado de:
http://www.ugr.es/~pwlac/G23_04Rafael_Briones_Gomez.html
- Cokayne, D. (2016). Sharing neoliberal discourse: the economic function sharing in the digital on-demand economy. *Geroforum*(77), 73-82.
- Cui, R., Li, J., & Zhang, D. (2016). Discrimination with Incomplete Information in the Sharing Economy: Field of evidence from Airbnb. Recuperado el 17 de abril de 2019, de *The Social Science Research Network (SSRN)*:
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2882982
- Dau-Schmidt, K. G., & Sherman, R. (2013). The Employment and Economic Advancement of African-Americans in the Twentieth Century. *Maurer Faculty*(1292), 95-116.
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D. (2017). Racial discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal* 9(2), 1-22.
- Forman, D.M. (2012). A room for “Adam and Steve” at Mrs. Murphy’s Bed and Breakfast: Avoiding the Sin of Inhospitability in Places of Public Accommodation. *Colum. J. Gender & L*, 23, 326-330.
- Ettlinger, N. (2014). The openness paradigm. *New Left Rev.*(89), 89-100.
- Forman, T. A., & Lewis, A. E. (2006). Racial apathy and Hurricane Katrina: The Social Anatomy of Prejudice in the Post-Civil Rights Era. *Du Bois Review: Social Science Research on Race*, 3, 175-202.
- Fradkin, A., Grewal, E., & Holtz, D. (2017). The determinants of online review informativeness: Evidence from field experiments on Airbnb. *Working Paper*.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innov. Soc. Transit.*(23), 3-10.

- Ge, Y., Knittel, C., Mackenzie, D., & Zoepf, S. (2016). Racial and Gender Discrimination in Transportation Network Companies. *NBER Working Paper*. Recuperado de NBER Working Paper: <http://www.nber.org/papers/w22776>
- Hacklay, M. (2013). Neogeography and the delusion of democratization. *Environment and Planning* 45 (1), 55-69.
- Harris, A. P. (diciembre de 2000). Equality Trouble: Sameness and Difference in Twentieth-Century Race Law. *California Law Review*, 88(6), 1925-2015.
- Hughey, M., & Daniels, J. (2013). Racist comments at online news sites: a methodological dilemma for discourse analysis. *Media Cult. Soc.*(25 (3)), 332-347.
- Kacperek, L. (2014). Non-verbal communication: the importance of listening. *British Journal of Nursing*, 6(5).
- Kakar, V., Voelz, J., Wu, J., Franco, J. (2017). The Visible Host: Does race guide Airbnb rental rates in San Francisco?. *Journal of Housing Economics*, 1-16.
- Kreiczer-Levy, S. (2015). Consumption Property in the Sharing Economy. *Pepperdine Law Review* 43, 61-124. Recuperado de: <https://digitalcommons.pepperdine.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=2395&context=plr>
- Jakubowicz, A., Dunn, K., Mason, G., Paradies, Y., Bliuc, A.-M., Bahfen, N., Conelly, K. (2017). Cyber Racism and Community Resilience. *Basingstoke: Palgrave Macmillan*.
- Joseph, M. (2002). Against the Romance of Community. *University of Minnesota Press*, Minneapolis.
- Lau, S. (1981). The Effect of Smiling on Person Perception. *The Journal of Social Psychology*, 117, 63-67.
- Martin, R., McCann, H., Morales, M. E., & Williams, S. M. (2013). White Screen/White Noise: Racism and the Internet. *UKnowledge*(244), 1-12.
- McLaughlin, B. R. (2018). #AirbnbWhileblack: Repealing the fair housing act's Mrs.Murphy Exemption to combat racism on Airbnb. *MCLAUGHLIN – CAMERA READY*, 150-227.
- McCloskey, J.. (2018). Discriminatorybnb: A Discussion of Airbnb's Race Problem, It's New Anti-Discrimination Policies, and the Need for External Regulation. *Washington University Journal of Law & Policy* 57.
- Murray, A. D. (2007). *The Regulation of Cyberspace*. Abingdon, Oxon: *Routledge Cavendish*.

- Orfield, G. (2001). Schools more separate: consequences of a decade of resegregation . *The Civil Rights Projects* . Recuperado de <https://www.loc.gov/exhibits/brown/brown-segregation.html>
- Peck, J., & Tickell, A. (2006). Neoliberalizing space. *Antipode*(34), 888-890.
- Phutela, D. (2015). The Importance of Non-Verbal Communication. *IUP Journal of Soft Skills*, 9(4), 43-49.
- Picard, E. (2018). Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from online experiments. *Louvain School of Management*.
- Piracha, A., Sharples, R., Forest, J., & Dunn, K. (2018). Racism in the sharing economy: Regulatory challenges in a neo-liberal cyber. *Geoforum*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.11.007>
- Schmid Mast, M. (2007). On the importance of nonverbal communication in the physician–patient interaction. *Patient Education and Counseling*, 67(3), 315-318.
- Stanoevska-Slabeva, K., LENZ-KESEKAMP, V., & SUTER, V. (2018). *Platforms and the Sharing Economy: An Analysis*. University of St. Gallen, EU H2020 Research Project Ps2Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy, San Galo, Suiza.
- Turner, F. (2006). From Counterculture to Cybersultire: Steward Brand, The Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism. *Chicago: Univeristy of Chicado Press*.
- Wachsmuth, D. (2018). Airbnb and the Rent Gap: Gentrification Through the Sharing Economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*.
- Zelizer, V. (2005). The Purchase of Intimacy. (Princeton, Ed.) *Princeton University Press*.

11.2. Artículos periodísticos

- Asghar, R. (2013). No Photo On Your Resume' And Other Career Advice You Should Question. *Forbes*. Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/robasghar/2013/07/22/no-photo-on-your-resume-and-other-career-advice-you-should-question/#790b08a7c518>
- Bhattarai, A. (2016). Airbnb hires Eric Holder to Help Company Fight Discrimination. *The Washington Post*. Recuperado de: <https://www.washingtonpost.com/news/business/wp/2016/07/20/eric-holder-joins-airbnb-to-help-company-fight-discrimination/>
- BBC. (2016). Nice attack: What we know about the Bastille Day killings. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/news/world-europe-36801671>

- Bearne, S. (2018). Airbnb is forcing everyone to up their game: how hotels are changing tack. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/business-to-business/2018/apr/11/airbnb-is-forcing-everyone-to-up-their-game-how-hotels-are-changing-tack>
- Boffey, D.. (2018). 11 expresiones racistas que los españoles deberíamos dejar de usar. *Matador Network*. Recuperado de: <https://matadornetwork.com/es/11-expresiones-racistas-que-los-espanoles-deberiamos-dejar-de-usar/>
- Botsam, R. (2015). Defining the sharing economy: what is collaborative consumption and what isn't? *Fast Company*. Recuperado de: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
- Bulmes, A. earne, S. (2018). Airbnb is forcing everyone to up their game: how hotels are changing tack. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/business-to-business/2018/apr/11/airbnb-is-forcing-everyone-to-up-their-game-how-hotels-are-changing-tack>
- Castán, P. (2016). Dueños de pisos turísticos de Barcelona instalan sensores de ruidos para evitar conflictos. *El Periodico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20160530/duenos-pisos-turisticos-instalan-monitores-ruidos-para-prevenir-conflictos-con-vecindario-5169032>
- Casserly Y, M. (2019). Best music streaming services 2019. *Techadvisor*. Recuperado de: <https://www.techadvisor.co.uk/feature/entertainment/best-music-streaming-services-2019-3695632/>
- CNN. (2018). 2015 Paris Terror Attacks Fast Facts. *CNN Europe*. Recuperado de: <https://edition.cnn.com/2015/12/08/europe/2015-paris-terror-attacks-fast-facts/index.html>
- Coffey, H. (2019). Paris is suing for £10.9m for illegal rentals. *The Independent*. Recuperado de: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/airbnb-paris-illegal-rental-lawsuit-adverts-france-holiday-a8773386.html>
- Doyle, S. (2018). Why are White Women So Terrified of Being Called Racist? *ELLE*. Recuperado de: <https://www.elle.com/culture/career-politics/a22565907/why-are-white-women-so-terrified-of-being-called-racist/>

- Editorial. (2018). The New Radicalization of the Internet. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2018/11/24/opinion/sunday/facebook-twitter-terrorism-extremism.html>
- El Confidencial. (2017). Los 16 muertos por los ataques de Barcelona y Cambrils: sus historias personales. *El Confidencial España*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2017-08-18/atentado-barcelona-cifra-muertos_1430251/
- El Herald. (2018). EEUU: Acusan a un hombre de enterrar vivo a su perro. *El Herald*. Recuperado de: <https://www.elheraldo.hn/queondaconesto/1215347-466/eeuu-acusan-a-hombre-de-enterrar-vivo-a-su-perro>
- Folb, L. (2017). Airbnb a great way to meet people and make money, say hosts. *IOL*. Recuperado de: <https://www.iol.co.za/weekend-argus/airbnb-a-great-way-to-meet-people-and-make-money-say-hosts-10801545>
- Floc'h, B., & Piquard, A. (2019). Les contours de la taxe GAFA imaginée par la France. *Le Monde*. Recuperado de: https://www.lemonde.fr/politique/article/2019/03/04/bercy-devoile-les-contours-de-la-taxe-gafa_5431118_823448.html
- Gerdeman, D. (27 de febrero de 2018). The Airbnb Effect: Cheaper Rooms For Travelers, Less Revenue For Hotels. *Forbes*. Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2018/02/27/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels/#69dc5308d672>
- Ginés, G. (2017). El vacío legal del uso de viviendas para alquiler turístico. *ABC*. Recuperado de: https://www.abc.es/economia/abci-vacio-legal-viviendas-para-alquiler-turistico-201707160247_noticia.html
- Goodwin, T. (2015). The Battle is for the Customer Interface. *Techcrunch*. Recuperado de: https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/?fbclid=IwAR1VfLYlvp-knT1j4G5OSKvutW_NanAMFdsSeR44QySKopu1WtVhukuOj-Y
- Hagerman, M. (2018). Are today's white kids less racist than their grandparents? *The Conversation*. Recuperado de: <http://theconversation.com/are-todays-white-kids-less-racist-than-their-grandparents-101710>
- Jasper. (2015). The Airbnb Founder Story: From Selling Cereals To A \$25B Company. *Get paid for your paid*. Recuperado de: <https://getpaidforyourpad.com/blog/the-airbnb-founder-story/>

- Jha, A. (2014). $E=mc^2$: Einstein's equation that gave birth to the atomic bomb. *The Guardian*.
 Recuperado de: <https://www.theguardian.com/science/2014/apr/05/einstein-equation-emc2-special-relativity-alok-jha>
- Joseph, P.E. (2018). America's long and painful history of domestic terrorism against racial and religious minorities. *The Washington Post*. Recuperado de:
https://www.washingtonpost.com/nation/2018/11/09/americas-long-painful-history-domestic-terrorism-against-racial-religious-minorities/?utm_term=.4d9d39fa8872
- La Vanguardia. (2018). La islamofobia en Internet se dispara en España en 2017 y supone el 70% de los incidentes, según el informe de la PCI. *La Vanguardia, vida*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20180302/441191120866/la-islamofobia-en-internet-se-dispara-en-espana-en-2017-y-supone-el-70-de-los-incidentes-segun-el-informe-de-la-pci.html>
- Martín, S. (2017). Lo ridículamente correcto. *ABC*. Recuperado de:
https://www.abc.es/sociedad/abci-ridiculamente-correcto-201709011910_noticia.html
- Martineau, P. (2019). Inside Airbnb's "guerilla war" against local governments. *Wired*.
 Obtenido de: <https://www.wired.com/story/inside-airbnbs-guerrilla-war-against-local-governments/>
- McWhorter, J. (2008). Racism In America Is Over. *Forbes*. Recuperado de:
https://www.forbes.com/2008/12/30/end-of-racism-oped-cx_jm_1230mcwhorter.html#33ea528349f8
- Nagourney, A. (2008). Obama Wins Election. *The New York Times*. Recuperado de:
<https://www.nytimes.com/2008/11/05/us/politics/05campaign.html>
- OkDiario. (2016). ¿Quién es el inventor de la bomba atómica? *OkDiario*. Recuperado de
<https://okdiario.com/curiosidades/quien-inventor-bomba-atmica-417008>
- Parkinson, J. (2016). #AirBnBWhileBlack hashtag highlights potential racial bias on rental app. *The Guardian*. Recuperado de:
<https://www.theguardian.com/technology/2016/may/05/airbnbwhileblack-hashtag-highlights-potential-racial-bias-rental-app>
- Portalín, B. G. (2019). España, 27 años de liderazgo mundial en trasplantes y donaciones de órganos. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2019/01/14/5c3ca43f21efa09d418b45df.html>
- Redacción. (2018). El número de voluntarios en España se "estanca" en 2,5 millones en la segunda mitad de 2018. *La Vanguardia*. Recuperado de:

- <https://www.lavanguardia.com/vida/20181204/453343300713/el-numero-de-voluntarios-en-espana-se-estanca-en-25-millones-en-la-segunda-mitad-de-2018.html>
- Rose, I., & WHEELER, M. (2017). How BlaBlaCar created a global transport network. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/news/business-38597504>
- Scharre, P. (2018). Making Sense of Rapid Technological Change. *Center for New American Security*. Recuperado de: <https://www.cnas.org/publications/commentary/making-sense-of-rapid-technological-change>
- Sepruill, M. J. (2018). Women Can Be Racists, Too. *Democracy, a journal for ideas*.
Obtenido de: <https://democracyjournal.org/magazine/47/women-can-be-racists-too/>
- Sherwood, H. (2019). How Airbnb took over the world. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/technology/2019/may/05/airbnb-homelessness-renting-housing-accommodation-social-policy-cities-travel-leisure>
- The Guardian. (2016). This article is more than 3 years old Islamic State claims attacks at Brussels airport and metro station. *The Guardian News*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/world/2016/mar/22/brussels-airport-explosions-heard>
- Versace, C. (2016). Airbnb - Not Quite The Simple Sharing Economy Company. *Forbes*.
Recuperado de: <https://perma.cc/DHF7-3NK8>

11.3. Informes y conferencias.

- Airbnb. (2017). *Airbnb: Helping travel grow greener*. Recuperado de: <https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2017/03/Airbnbandsustainabletravel2017.pdf>
- CCIB (2016). *Rapport D'activités 2016*. Bruselas, Bélgica.
- European Commission (2016). *A European Agenda for the Collaborative Economy*.
Recuperado de: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/com2016-356-final.pdf>
- Fernández, M., Valbuena, C., & Caro, R. (2015). *Evolution of racism, xenophobia, and other forms of intolerance in Spain*. Gobierno de España: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Recuperado de http://www.mitramiss.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/EvolutionOfRacism_en.pdf
- Marton, A., Constantiou, I., & Lagoudakos, G. (2017). *Openness and Legitimacy Building in the Sharing Economy: An Exploratory Case Study about CouchSurfing*. In

Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Science. Hawaii, USA.

Seta (2017). *European Islamophobia Report*. Recuperado de:

http://www.islamophobiaeurope.com/wp-content/uploads/2018/07/EIR_2017.pdf

Neuman, J., & Gutt, D. (2017). *A homeowner's guide to AirBnB: Theory and empirical evidence for optimal pricing conditional on online ratings*. In Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS). Guimarães, Portugal, junio 5-10, 2017 (pp. 997-1010). ISBN 978-989-20-7655-3 Research Papers. Obtenido de:

https://aisel.aisnet.org/ecis2017_rp/65

Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD). (2018). *Índices e indicadores de Desarrollo Humano*. Recuperado de:

http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_es.pdf

Schmid-Drüner (2018). *The situation of workers in the collaborative economy*. Recuperado de:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA\(2016\)587316_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA(2016)587316_EN.pdf)

11.4. Imágenes

Imágenes que aparecen en el cuerpo del trabajo:

Jean, B. S. (2018) Recuperado de:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-45491694>

Nappy (2018). *Pexels*. Recuperado de:

<https://www.pexels.com/es-es/foto/abrigo-adulto-atuendo-barba-936072/>

Northbridge Police (2018). Recuperado de:

<https://www.elheraldo.hn/queondaconesto/1215347-466/eeuu-acusan-a-hombre-de-enterrar-vivo-a-su-perro>

Reed, J. (2018). *Pexels*. Recuperado de:

<https://www.pexels.com/es-es/foto/alegria-atractivo-cara-casual-769772/>

Imágenes que aparecen tan solo en el Anexo 1:

Altameeni, H. (2018). *Pexels*. Recuperado de:

<https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-anciano-blanco-y-negro-hombre-1678821/>

Asmussen, R. (2017). *Pexels*. Recuperado de:

- <https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-antiguo-chaval-chico-334029/>
- Banks, R.R. (2016). *Stanford University, Center for Comparative Studies in Race and Ethnicity*. Recuperado de:
<https://ccsre.stanford.edu/people/ralph-richard-banks>
- Barcroft (2016). Recuperado de:
<https://www.mirror.co.uk/news/world-news/woman-born-no-vagina-life-9378724>
- Davis, O. (2003). Recuperado de:
https://www.frasesgo.com/autores/frases-de-ossie_davis.html
- Hermaion (2016). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-agua-anciano-hombre-100583/>
- Iancu, M. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/adult-aged-black-and-white-close-up-1146603/>
- Jackson, T. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/actitud-adulto-alegria-bonita-773371/>
- Mars, B. (2018a). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/women-s-white-and-black-button-up-collared-shirt-774909/>
- Mars, B. (2018b). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/woman-wears-black-suit-jacket-photography-818819/>
- McKnight, J. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-afro-afroamericano-alegre-1191488/>
- Mentatdgt (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/men-s-white-dress-shirt-936229/>
- Morillo, C. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/adult-african-american-afro-black-female-1181519/>
- Mwabonje (2019). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/actitud-atractivo-belleza-bonita-1820978/>
- Nelson, H. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/close-up-photography-of-a-woman-near-wall-1065084/>
- Notez, K. (2019). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/man-showing-his-dreadlocks-hair-1845923/>
- Özsan, A.G. (2019). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/actitud-alto-apoyado-barandilla-1831796/>

- Pixabay. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/adult-beard-boy-casual-220453/>
- Photographer, W. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/attractivo-belleza-bonita-bonito-1553170/>
- Porter, E. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/abrigo-abrigo-formal-adulto-atuendo-1674666/>
- Ravi, K. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/photo-of-man-wearing-gray-button-up-shirt-with-analog-watch-938642/>
- Rawpixel (2018a). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/beard-blur-casual-close-up-462680/>
- Rawpixel (2018b). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/woman-smiling-in-black-crew-neck-long-sleeved-shirt-holding-silver-iphone-x-1586485/>
- Rita, S. (2018). *Pixabay*. Recuperado de:
<https://www.infosalus.com/mayores/noticia-50-demencias-son-evitables-si-detecta-precozmente-deterioro-cognitivo-leve-20181024142701.html>
- Robben, S. (2017). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/face-facial-hair-fine-looking-guy-614810/>
- Savage, T. (2017). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/man-wearing-black-zip-up-jacket-near-beach-smiling-at-the-photo-736716/>
- Sayles, B. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/barba-feliz-hombre-persona-1073097/>
- Selover, S. (2017). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-al-aire-libre-bufanda-cabello-567459/>
- Shaifer, J. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/photo/photography-of-a-guy-wearing-green-shirt-1222271/>
- Tatiana. (2018). *Pexels*. Recuperado de:
<https://www.pexels.com/es-es/foto/adulto-agua-al-aire-libre-bonita-1027844/>
- Taylor, R. (2018). *La Sirena*. Recuperado de:
<https://www.lasirena.la/noticias/La-verdadera-historia-de-Recy-Taylor-a-quien-Oprah-rindio-homenaje-20180108-0013.html>
- Thehe, B. (2019). *Pexels*. Recuperado de:

<https://www.pexels.com/es-es/foto/attractivo-belleza-bonita-bonito-1850127/>

Vendram, L. (2019). *Pexels*. Recuperado de:

<https://www.pexels.com/es-es/foto/1841260/>

11.5. Libros y textos legislativos

Aristóteles (1999). *Politics*. Ontario, Canadá. Batoche Books. Recuperado de:

<https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/aristotle/Politics.pdf>

Constitución Española. (1978). Boletín Oficial del Estado, núm. 311, pp. 29313 a 29424.

Dolnicar, S. (2018). *Peer-toPeer Accommodation Networks: pushing the boundaries*.

Goodfelloew Publishers Ltd.

Fair Housing Act (1968). Civil Rights Act. Public Law 90–284, 82 Stat. 73. Recuperado de:

<https://legcounsel.house.gov/Comps/civil68.pdf>

Hobbes, T. (2003). *Leviatán*. Buenos Aires, Argentina. Losada.

Locke, J. (1991). *Dos ensayos sobre el gobierno civil: Segundo ensayo sobre el gobierno civil*. Madrid, España. Espasa-Calpe.

Plauto, T.M. (1992). *Asinaria- La comedia de los asno*. Madrid, España. Editorial Gredos.

Ortega y Gasset, J. (1914). *Meditaciones del Quijota*. Madrid, España. Publicaciones de la Residencia de Estudiantes. Recuperado de:

<http://www.hugodelcastillo.com/Documentos/meditacionesdelq00orte.pdf>

Thompson, A. (2017). *The media and the Rwanda Genocide*. London, United Kingdom.

Pluto Press. Recuperado de:

<https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/30283/IDL-30283.pdf>

11.6. Sitios web

Airbnb. (2019). Fast Facts. *Airbnb Press Room*. Recuperado de: <https://press.airbnb.com/fast-facts/>

Airbnb. (2019b). Perfil, fotos. Recuperado de:

<https://www.airbnb.es/users/edit/92859677?section=media>

Airbnb. (2019c). Ayuda de viaje: viajar de forma segura. Recuperado de:

<https://www.airbnb.es/help/article/1405/airbnb-s-nondiscrimination-policy--our-commitment-to-inclusion-and-respect>

Editors, S. H. (2019). Accor Hotels completes acquisition of 21c Museum Hotels. *Storied Hotels*. Recuperado de: <https://storiedhotels.com/hotel-news/accor-hotels-completes-acquisition-of-21c-museum-hotels/>

- Goldman, E. (2018). Racial Discrimination Lawsuit Against Airbnb Has The Potential to Change Online Marketplaces-Harrington v. Airbnb. *Technology & Marketing law blog*. Recuperado de: <https://blog.ericgoldman.org/archives/2018/11/racial-discrimination-lawsuit-against-airbnb-has-the-potential-to-change-online-marketplaces-harrington-v-airbnb.htm>
- History.com. (2019). Montgomery Bus Boycott. *History.com*. Recuperado de: <https://www.history.com/topics/black-history/montgomery-bus-boycott>
- Kenton, W. (2019). Sharing Economy. *Investopedia*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>
- King, M. L. (1963). I have a Dream. *American Rhetoric*. Recuperado de: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkihaveadream.htm>
- RAE. (2019). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/?id=9zd2OWK>
- S. S. (2019). *Chi-Square Calculator*. Recuperado de: <https://www.socscistatistics.com/tests/chisquare2/default2.aspx>
- THE ECONOMIST. (2019). Intelligence Unit's Democracy Index. *The Economist*. Recuperado de: <https://infographics.economist.com/2019/DemocracyIndex/>