
Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020
Fase de diagnosi.
Document de relatoria

Economia col·laborativa i altres economies pro-comuns per un millor encaix del turisme a la ciutat. Opcions estratègiques per a la política municipal

Antonio Russo & Elsa Soro, relators

1 ANÀLISI DE LA SITUACIÓ

1.1 La economia col·laborativa com nou paradigma de producció post-capitalista

La economia col·laborativa és un model d'organització social i productiva que ve de lluny, ja que en podríem veure antecedents en el marc del moviment cooperativista i en les estructures organitzatives de la solidaritat ciutadana. La seva afirmació reflecteix els grans canvis viscuts per la 'societat de la informació', com la familiarització dels ciutadans a l'internet 2.0 i a les xarxes socials, una crisi econòmica que els empeny a buscar estratègies d'estalvi i defensa del seu benestar, i una conscienciació difusa sobre la necessitat de reduir, reciclar i reutilitzar per fer front als problemes ambientals.

Arran tot això han sorgit moltes experiències d'èxit de plataformes que faciliten l'intercanvi i/o l'ús compartit de béns (per exemple cotxes, bicicletes, pisos), coneixement, i serveis, incloent algunes plataformes globals consolidades (Linux, Wikipedia, FabLabs, etc.) però també milers de comunitats, plataformes web, i xarxes ciutadanes, que faciliten intercanvis i reciclatge de béns, serveis, temps, operacions de micromecenatge, i processos d'aprenentatge compartit. Els models bàsics d'economia col·laborativa preveuen la cessió gratuïta d'aquests serveis entre els membres de les comunitats, com en el cas de les xarxes d'intercanvi o co-producció (a banda d'un pagament que es pot exigir per ser membres de la xarxa i que permet el funcionament de la plataforma de gestió), i el retorn social i col·lectiu dels beneficis generats pels serveis prestats amb contrapartida econòmica pels membres de la xarxa. A banda, s'han desenvolupat plataformes 'híbrides' d'economia col·laborativa que han mantingut alguns elements d'aquest model, com la comunicació P2P, però basant el seu model de negoci en el control de la intermediació i una lògica de prestació de servei entre particulars amb contraprestació

econòmica, allunyant-se del principi de retorn social cap a convertir-se en un nou model d'empreses 'descentralitzades'. Algunes d'aquestes han esdevingut gegants a escala global, i en particular al camp del viatge i de la mobilitat, com Airbnb o Über.

Aquest nou model és activament recolzat per promotors que hi entreveuen una càrrega autènticament rupturista com model de *marketplace* que desvincula la satisfacció de les necessitats bàsiques de les persones i del territori dels mecanismes d'acumulació capitalista, i, al mateix temps, presenta un canvi paradigmàtic en les bases legals de la innovació socioeconòmica, pel qual la posada en comú, associada amb la capacitat de pensament creatiu i de computació de amplies xarxes de ciutadans, té efectes generatius més interessants que la apropiació. El concepte de *creative commons* o *copy-left* (en contraposició al *copy-right*, base legal de la economia capitalista) apareix com resposta a la necessitat de compartir coneixement, desvinculant-se del poder de una autoritat 'propietària' (empreses o institucions) que pot arribar a manipular la informació per finalitats ideològiques o comercials.

Un dels grups més actius en analitzar la economia col·laborativa i promoure la seva vessant procomú és la comunitat procomuns.net, basada a Barcelona, que incorpora administració (l'Àrea d'Altres Economies i Proximitat de Barcelona Activa), activistes i stakeholders del sector *sharing economy* - BarCola - Grup de treball sobre economia col·laborativa i producció procomú a Barcelona- , i grups de recerca d'universitats com Dimmons @ Institut Interdisciplinari d'Internet (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya i l'Institut de Govern i Polítiques Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona. Aquesta agrupació ha desenvolupat una ampla reflexió sobre el paper de les polítiques públiques en el recolzament del nou paradigma, per exemple les polítiques de regulació de la informació lliure i de protecció de dades en el marc de la agenda de innovació de la UE, i a la escala local, polítiques que fomentin l'extensió del model procomú i la capacitat dels ciutadans que hi volen ser part. Més que exigir que les estructures polítiques tradicionals regulin això que per la seva natura és de difícil regulació – o com mínim es mou en les 'bretxes' dels models regulatius – la plataforma suggereix que les mateixes estructures de governança haurien d'adaptar-se al nou paradigma, fora de les estructures rígides del estat modern cap a formes de descentralització i implicació ciutadana.

1.2 La crisi del turisme tradicional i l'èxit del 'turisme col·laboratiu'

El camp del turisme inevitablement és fortament interessat per velles i noves pràctiques de interacció que s'inscriuen en el marc col·laboratiu, i que la tecnologia ha permès estructurar en plataformes globals. La mobilitat a gran escala de les persones s'ha enllestit durant el segle passat en una estructura de intermediació i hospitalitat comercial que permet a milions de persones de viatjar a preus cada vegada més baixos sense dependre de la disponibilitat d'un amfitrió. Tot i això, i no obstant les previsions optimistes que produeixen els organismes internacionals i les organitzacions del sector, aquest model de mobilitat a gran escala viu avui dia un dels seus moments de major crítica, basada en la constatació de l'impacte i consum de recursos ambientals i energètics a més dels efectes problemàtics a les localitats, sobre tot pel que fa la intervenció de la indústria turística a les destinacions i la distribució social de costos i beneficis.

En aquest sentit, el turisme col·laboratiu s'ha imposat com forma per resoldre aquest dilema. Aquestes xarxes, segons la interpretació d'una part dels experts i acadèmics, permeten pensar en noves formes de turisme que es desemullen del poder d'actuació de la indústria turística i al mateix temps arriben a millorar la experiència del visitant, enfortint, paradoxalment, la posició competitiva de les destinacions en un context de 'societat post-carbó'. De fet, un dels mèrits que es reconeixen al turisme col·laboratiu és haver sabut connectar amb un nou perfil de turista expert, conscienciat, reticent a confiar en els 'recomanadors professionals' i interessat en una experiència més genuïna, personal i íntima del lloc, construïda també a través de la relació amb la gent 'local' - un amfitrió, un veí, un botiguer, etc.

Els grup d'experts i stakeholders convidats a aquest Espai de Treball, de fet, comparteix la constatació que el turisme col·laboratiu no ha sortit del no res, sinó que ha tingut èxit sobre tot com resposta a un model turístic obsolet i a una nova demanda no satisfeta per part dels usuaris.

El model turístic tradicional, o 'de masses', es fonamentava en una assumpció derivada de la sociologia clàssica i del relat tradicional sobre el turisme: la experiència del turista es considera extraordinària amb respecte a la vida quotidiana, duent a construir físicament i semiològicament els 'llocs turístics' com excepcionals, i, com tals, desarrelats de - i fins i tot en contrast amb - la societat local i el seus espais de vida.

La transició de la societat moderna, vinculada a un model d'organització social fordista, en què se fonamentava el model de producció turística (i de llocs turístics) de masses, va successivament donar pas a la societat de la informació postindustrial, connectada, mòbil, que ha obert el camp de les formes de viatjar, pràctiques de mobilitat, i fons i tot processos cognitius que situen el viatger al 'lloc turístic'. Es comença a dissoldre la oposició, fins i tot antropològica, entre viatger i resident (tots som mòbils o ens enfrontem amb una economia de mobilitats), lloc turístic i lloc quotidià, temps d'oci i temps de treball, i les noves generacions de viatgers, connectats, curiosos, i experts, ja no es accontenten de viure una experiència de ficció, sinó que volen entrar en relació amb la vida quotidiana i el esperit del lloc, inevitablement 'envaint' els espais de vida de les ciutats, però també buscant-hi una relació i protagonitzant-ne la transformació i la co-construcció.

Els 'arrels' que permeten aquesta relació són l'espai públic, àgora de múltiples mobilitats: carrers, places, parcs, metro, i platges; la casa particular, 'porta de entrada' a un context cultural mundà; els espais comercials i culturals (botigues, mercats, centres comercials, cines, escenaris musicals, estadis, etc.). En aquests llocs quotidians es creuen pràctiques, actuacions, històries i representacions identitàries per part de les múltiples mobilitats que operen a la ciutat: turistes (força diversos entre ells), residents, immigrants, treballadors desplaçats, minories socials i culturals, possiblement generant-hi tensions quan la pressió sobre recursos escassos en posa en perill la conservació i reproducció; però al mateix temps produint oportunitats de relació i co-producció.

El turisme col·laboratiu pot tenir la capacitat de facilitar l'accés i l'aprofitament d'aquests espais per part dels turistes, ja que es basa en la capacitat de compartir coneixement expert per part d'un ciutadà en quant amfitrió, o guia, o conductor, etc., però això no s'escapa de la evidència que el turisme, vell o nou, és una força de transformació. El turisme de masses produïa 'industrialment' llocs a mida de grans grups de turistes i de les seves pràctiques, previsible, organitzades i alienes a la vida quotidiana de les comunitats, residents i treballadors, que feien de base social del model; el nou turisme 'postmodern' produeix una adaptació mútua, i a vegades conflictiva, dels espais de vida de les persones arran les mobilitats que els utilitzen, en formes complexes, imprevisibles, i moltes vegades 'descentralitzades' respecte a la capacitat 'productora' de les empreses del sector i de la capacitat 'planificadora' dels governs locals.

En aquest context s'ha de plantejar un nou marc normatiu pel turisme i el turisme col·laboratiu en particular. Aquest marc pot ser el bé comú: la justícia social i espacial, la redistribució social dels beneficis produïts pel turisme i la seva valorització com eina de desenvolupament sociocultural, oposant-se a un 'projecte turístic' liderat les grans empreses transnacionals. En aquest sentit un turisme col·laboratiu procomú pot implicar una capacitat de 'compartir ciutadania' per part les poblacions mòbils, facilitant-ne l'encaix i sortint de la oposició irresoluble de discursos sobre el turisme com 'mercat' (per part de la indústria i de bona part de les administracions) o com força invasora (per part dels sectors més crítics de la societat).

El potencial de generació de valor p2p del turisme col·laboratiu doncs estaria en la seva capacitat de mobilitzar la societat 'a favor' i no 'en contra' del turisme, com passa sovint a les localitats desbordades per un turisme massiu que ja només els grans grups d'interès volen que creixi ulteriorment; en fomentar la dispersió de la activitat turística al territori, ja que no depèn de les lògiques de concentració i centralitat pròpies de les pràctiques especulatives de la indústria hotelera; en fomentar un ús conscienciat i més eficient dels recursos i serveis públics o dels espais de vida dels veïns; i molts altres efectes que encara no han estat avaluats plenament per la recerca. D'aquest punt de vista el turisme col·laboratiu procomú pot oferir, al menys potencialment, una base per un model de desenvolupament més sostenible, més conscienciat, més reflexiu, que les ciutats i llocs turístics poden aprofitar per enfrontar-se amb la 'crisis de les mobilitats' i progressar cap a la inclusió, la valorització de les competències de les persones, la busca de noves formes de organitzar l'oci a l'entramat urbà.

Sent conscients que sota el paraigües col·laboratiu s'hi aixopluguen pràctiques molt diferents, i que aquest relat s'ha convertit en el principal discurs de 'marketing' dels models híbrids com Airbnb, s'ha de reflexionar sobre la càrrega del nou paradigma des del punt de vista de la valorització i gestió dels béns comuns, com l'espai públic, els estils de vida locals, el coneixement i la experiència dels ciutadans, que vertebraven bona part de la experiència turística.

S'ha de reconèixer, tanmateix, que els beneficis del turisme col·laboratiu no han arribat a qualsevol lloc, ni socialment (per intercanviar, s'ha de tenir una casa, i quant més bonica, millor; per relacionar-se amb viatgers cosmopolites, s'ha de poder comunicar-hi, connectar culturalment, etc.) ni geogràficament (encara que, per exemple, la xarxa Couchsurfing ofereix allotjament de forma força dispersa a l'estai urbà). A més a més, com s'ha vist abans, les plataformes de turisme p2p segueixen models força diferents: les grans corporacions de la *sharing economy* que dominen el mercat (Airbnb, Über, etc.) estan molt allunyades d'aquets model ideal, tant per les externalitats que produeixen cap el veïnat i la economia de la ciutat, com pel que fa a la protecció laboral.

De fet, una de les crítiques més importants sobre l'economia col·laborativa avui dia es refereix a l'estatus dels seus 'treballadors': la *sharing economy* el basa en un model ideal que substitueix treball assalariat amb prestacions voluntàries, o treball amb extracció de renda. Però les plataformes de la economia col·laborativa poden tenir un poder molt fort sobre els membres de la comunitat, 'invisibilitzant-los' i fent-los perdre els drets laborals més bàsics: això és una qüestió molt calenta en el cas de xarxes de prestacions de serveis (neteja, cuidats de gent gran, mobilitat, etc.). Per exemple en el cas d'Über, on els conductors quasi mai són propietaris dels taxis sinó 'empleats informals' de la companya amb nivells de retribució i protecció laboral molt baixos. Aquesta 'deshumanització' es va estenent també a les xarxes d'hospitalitat reticular, on enlloc dels amfitrions reals són cada dia més uns empleats de companyes multipropietàries d'apartaments ells que donen la cara pels hostes.

Finalment, també és problemàtica la situació dels amfitrions reals, que de fet sacrifiquen el seu dret a l'habitatge i la seva intimitat per extraure una renda de la seva propietat; un problema no només ètic, en el moment en què això afecta per exemple les comunitats de veïns i el mercat immobiliari de lloguer. A aquest propòsit, s'hauria de distingir la natura més aviat puntal, esporàdica o continua i substancial dels ingressos que es deriven de les pràctiques de lloguer, i de fet les regulacions que algunes ciutats han posat en marxa fan aquesta distinció posant limitacions al número de dies o a les condicions per poder obtenir una llicència (això sí un element fonamental de cara a la fiscalitat i a la seguretat). Però considerem que les distorsions sistèmiques que això porta al mercat del treball i de l'habitatge són igualment perilloses.

Tot plegat, les plataformes més populars de turisme col·laboratiu no farien més que augmentar la expropiació dels àmbits i entorns de vida del ciutadans. El turisme tradicional ha basat el seu model de negoci exactament en l'apropiació en forma de renda de facilitats que són generalment de natura pública o col·lectiva (els recursos naturals, culturals i socials), i és conegut per la precarietat de les condicions laborals; el turisme col·laboratiu corporatiu en aquest sentit no representa cap 'gir' cap a un model socioeconòmic més just, sinó potser accelerar les dinàmiques pròpies del capitalisme neoliberal.

A més a més, quan es parla de turisme s'ha de tenir en compte que perquè aquests models efectivament funcionin, la comunitat que en deriva beneficis també ha d'incloure els turistes. Així, la dimensió potencialment 'rupturista' del turisme col·laboratiu també ha de ser avaluada contra els models establerts de producció turística i el grau de 'substitució' que les presenta. El sector turístic convencional genera llocs de treball (es pot discutir de la seva qualitat, però és un actiu innegable); és fortament estructurat en cadenes de valor global; mou una gran quantitat de gent i produeix impactes econòmics importants a la ciutat; i té un encaix legal i una lògica espacial clara i fins i tot funcional a la 'protecció' de la ciutat de la invasió de la quotidianitat: els hotels, per exemple, són una forma d'allotjament pensada, entre altres coses, per contenir les pràctiques turístiques (soroll, producció de residus, etc.) a un entorn controlable i limitat. D'altra banda, tots coneixem els costos socials i mediambientals de la activitat turística i de la hoteleria convencionals; és quasi impossible mesurar i comparar beneficis i costos vista la seva natura prou diferent, però almenys el podem assumir i comprendre.

Podem doncs afirmar que les noves plataformes de turisme col·laboratiu produeixen un balanç més favorable entre costos i beneficis, sobre tot des del punt de vista social i ambiental, que facin pensar que seria bo haver-ne més d'això i menys de turisme convencional?

2 LA SESSIÓ DE TREBALL

El debat organitzat el 23 de maig 2016 al marc del Pla Estratègic de Turisme 2016-2020, a què han participat experts procedents de l'acadèmia, actors de la economia col·laborativa, activistes veïnals i representants de les institucions i del sector empresarial turístic (Veure annex), ha plantejat 4 preguntes principals, amb l'objectiu de intentar consensuar un diagnòstic del valor que pot tenir el turisme col·laboratiu per a la ciutat de Barcelona, i dissenyar línies de foment, visibilització i formació de les xarxes de economia col·laborativa que valoritzen i gestionen els béns comuns d'acord amb l'estratègia de gestió del turisme a la ciutat.

- A. En quin sentit el desenvolupament de formes de TC a una ciutat / destinació turística (i específicament Barcelona) pot representar una alternativa respecte a models turístics tradicionals basats en la comercialització de serveis i d'espais de vida?
- B. Quins són els 'béns comuns' que actualment es valoritzen als models emergents de turisme col·laboratiu? Quins altres ho podrien ser?
- C. Hauria Barcelona de tenir una estratègia municipal de foment del turisme col·laboratiu procomuns? Amb quins objectius?
- D. Quines polítiques tecnològiques, de formació, de comunicació, de participació ciutadana, etc. poden donar suport al foment del turisme col·laboratiu?

2.1 Els efectes del turisme col·laboratiu a la ciutat de Barcelona

Pel que fa la primera pregunta, si el turisme col·laboratiu és bo de veritat per a la ciutat, aquesta qüestió és força rellevant per Barcelona, una ciutat de barris, de diversitat cultural, de competències, de tensions creixents entre el model turístic volgut per els grans interessos econòmics, que privatitza espais de vida i n'externalitza els costos a las societats, i la capacitat de les persones, veïns, immigrants, de produir llocs i paisatges culturals a vegades escassament aprofitats o valoritzats.

No és una qüestió fàcil d'esbrinar, ja que no hi ha gaire coneixement oficial sufragat per dades avalades per l'acadèmia, sobre la constitució, els models d'èxit, i els efectes produïts per al turisme col·laboratiu a les localitats i les vides de les persones a banda d'alguns estudis pioners sobre alguns models de 'hospitalitat en xarxa' - Airbnb, HomeExchange, Couchsurfing - que es fixen en aspectes més aviat constitutius i ètics¹. Finalment d'altres molt recents, gairebé tots datats 2015-2016, sí entren al debat de l'encaix a la ciutat d'algunes formes d'hospitalitat en xarxa i el seu suposat paper dinamitzador del 'lloc turístic'².

Un també recent treball de Martin (2016) ajuda a reflexionar en aquest sentit i a posar les bases de la discussió que hi ha sobre la taula a Barcelona. Segons aquest autor, els grans actors del turisme col·laboratiu, com Airbnb i Über, han tingut un èxit brutal i representen sense dubtes una força de 'disrupció' de les estructures productives tradicionals, potser reforçant el paradigma econòmic neoliberal, però l'estimació dels efectes econòmics generals de la economia col·laborativa i una avaluació de la viabilitat socioeconòmica del model és molt més complexa i ambigua. D'altra banda, el discurs que afirma que la economia col·laborativa pot ser un camí cap a la sostenibilitat, reestructurant les pràctiques d'hiperconsum que empenyen l'economia capitalista, desplaçant les bases legals de la producció des de la propietat individual cap a la propietat col·lectiva i compartida, i produint efectes redistributius, és molt més feble, incoherent - ja que presenta la economia col·laborativa com un camp força heterogeni que té com únic factor

¹ Veure treballs citats de Germann Molz, Bialski, Forno & Garibaldi, Andriotis & Agiomirgianakis.

² Veure els treballs citats d'Arias & Quagliari i de Russo & Quagliari.

comú l'ús de tecnologies digitals - i no suportat per casos d'èxit clars. Tot i això actualment s'estaria desenvolupant un marc més coherent i relacionat amb experiències comunitàries, que vol distanciar-se dels marcs comercials de la desregulació, i que podria reforçar la capacitat de la economia col·laborativa de fer una transacció cap a un règim diferent "sempre que els seus defensors especifiquin millor quines innovacions socio-digitals poden enfrontar-se als reptes socials i ambientals, i articular de manera convençuda com aquestes innovacions poden augmentar d'escala" (p. 158).

Com encaixa això en el debat en curs sobre el turisme col·laboratiu a Barcelona? Per poder començar a contestar, s'ha d'esgranar molt bé que fan les diferents plataformes, que funcionen segons lògiques i donen lloc a practiques prou diferents.

D'una banda, l'èxit d'Airbnb o d'altres plataformes comercials d'oferta d'experiències p2p és inqüestionable, tal com els seus efectes més durs, per exemple al mercat de l'habitatge, a les dinàmiques sociodemogràfiques dels barris (Cocola Gant, 2016), o a les pràctiques laborals. Aquesta evidència contrasta amb l'esforç de demostrar que les plataformes 'autènticament' col·laboratives o circulars (per exemple HomeExchange i Couchsurfing) sí tenen efectes redistributius i mouen el turisme cap a un règim de producció i consum més interessant. Per comprendre millor això haurem de fer referència als pocs estudis i informacions existents sobre el turisme col·laboratiu a Barcelona.

Els estudis publicats sobre les dimensions regionals o locals del turisme col·laboratiu són força centrats en les empreses comercials organitzades segons models híbrids que, d'un costat, tenen obligació de publicitat, i, de l'altre, són més fàcilment accessible per a les operacions de 'data mining'. Russo (2015), utilitzant dades procedents de 3 plataformes d'allotjaments P2P, una híbrida (Airbnb) i dos 'pures' (Homexchange i Couchsurfing) quantifica en unes 200,000 places l'oferta en aquestes tres plataformes a Espanya en 2014. A la Província de Barcelona el mateix estudi estima en 10,700 les soles places ofertes per Airbnb (7,585 a Barcelona ciutat), encara que ja al final de 2015 dades de l'ajuntament de Barcelona fixen aquesta xifra en 34,200. Una consulta feta al moment de redactar aquest text proporciona un nombre de 962 anuncis de Homeexchange a Barcelona ciutat (a 3 places mitjana per anunci, s'arriba a una estimació conservativa d'un 3,000 places), mentre que en Couchsurfing s'anuncien actualment 48,500 hosts que utilitzen la paraula 'Barcelona' als seus anuncis, i doncs se pot estimar que hi visquin en proximitat.

Un estudi de 2014 permet veure com l'oferta de pisos en intercanvi a la plataforma HomeExchange es distribueix als districtes de la ciutat comparant-la amb la distribució de l'oferta hotelera convencional. Aquest treball posa en evidència com l'oferta 'col·laborativa' es distribueix a la ciutat privilegiant el caràcter residencial dels barris més aviat que la proximitat a les atraccions i als punts neuràlgics de la 'ciutat turística'. Doncs aquesta plataforma sí sembla tenir un efecte redistributiu de l'activitat pel que fa l'espai urbà; tanmateix la petita dimensió d'aquesta oferta i la natura de classe mitjana-alta de la comunitat d'intercanvi (Russo & Quagliari, 2014; Forno & Garibaldi, 2011) apunten a que els efectes redistributius des d'un punt de vista social al teixit urbà són mínims.

Pel que fa a Airbnb, un model com s'ha dit 'híbrid' de *martekplace* descentralitzat de lloguer de pisos, els estudis fets sobre Barcelona (Arias Sans & Quagliari, 2016) desmunten el discurs que des de la companya de S. Francisco es proposa per recolzar el model enfront al creixent malestar que produeix als barris i als intents de regulació: ni la distribució espacial d'aquesta oferta s'allunya de forma significativa de la distribució de l'oferta hotelera (amb excepció dels pisos compartits, que però representen una fracció menor de l'oferta global), ni el perfil estudiat dels amfitrions a dos barris representatius (El Raval i La Vila de Gràcia) fa pensar que l'efecte redistributiu sobre l'economia familiar sigui un aspecte important. A més a més, un estudi recentment encarregat per l'ajuntament (PCT, 2016) proporciona un mapa de l'oferta de pisos a Airbnb a l'Octubre de 2015 als barris de Barcelona, i analitza aquesta informació creuant-la amb dades socioeconòmiques. L'estudi apunta al fet que la possibilitat de lloguer als turistes fora dels marcs regulatius existents tingui un efecte especulatiu important al mercat de l'habitatge i un efecte d'expulsió del veïnat des de les àrees de major concentració d'oferta que s'està actualment estudiant amb més detall.

Aquest diagnòstic prou parcial posa doncs sobre la taula més dubtes que respostes. Es pot estimar que tant HomeExchange com CouchSurfing beneficien tant als usuaris (rebaixant el cost del viatge i afavorint noves relacions socials) com a la comunitat (millorant l'encaix del turisme als barris), però el balanç global es difícil d'establir. Si d'HomeExchange es pot demostrar un cert efecte 'dispersador' de l'activitat turística al territori, tot i la dimensió molt reduïda d'aquesta oferta comparada amb la 'oficial' i la d'Airbnb, també es pot considerar que té poca capacitat descentralitzadora sent sobre tot un marketplace de classe mitjana-alta que afecta els barris més benestants. CouchSurfing sí té una dimensió i un abast territorial molt dispers i heterogeni (atès que el perfil de l'amfitrió és el factor supostament més important a la hora de buscar una contrapart), i té un important element altruístic que desvincula el model de tota mena de pràctiques especulatives, però dels diferents models analitzats és probablement aquell que té un grau de 'transició' menys directe amb respecte al model turístic dominant: dona la possibilitat a qui no té recursos per viatjar de fer-ho (i per això permet *augmentar* la activitat turística als llocs), però no representa cap alternativa creïble al turisme tradicional. A més a més, no hi ha gaire informacions sobre el grau d'aprofitament d'aquesta oferta, ni sobre la quantitat de turistes que mou, ni sobre els perfils d'amfitrions no obstant l'alt volum d'oferta existent a Barcelona i al seu voltant.

Aquest exercici posa de manifest la complexitat de mesurar l'impacte del turisme col·laboratiu a la ciutat i la seva capacitat transformadora, atesa la diversitat de les pràctiques d'intercanvi i models empresarials i tecnològics que s'hi inclouen, la natura multidimensional dels 'costos' i 'beneficis' que produeixen, i les gradacions de dependència que mantenen amb el model convencional. Més aviat podríem estimar que si això que ens preocupa és la generació de rendes i la competitivitat de curt termini de la destinació, llavors els models de lloguer vacacional corporatiu com Airbnb tenen un impacte evident, però també un efecte molt probablement regressiu sobre la distribució de riquesa i forts externalitats socials; els models d'intercanvi de pisos com HomeExchange milloren el model turístic i generalment produeixen externalitats positives als barris, però no redistribueixen oportunitats al llarg de la escala social; i els models d'hospitalitat voluntària i reticular com CouchSurfing sí redistribueixen progressivament i generen oportunitats i beneficis socioculturals, democratitzant radicalment la mobilitat, però al mateix temps (i mentre la mobilitat a gran escala tingui els impactes mediambientals que es coneixen) poden pitjorar l'estat del medi, tant a escala local com global, exactament com ho ha fet el sector dels viatges low-cost.

A banda del sector de l'hospitalitat, resulta avui força complicat establir quines altres plataformes 'autènticament' col·laboratives existeixin i/o tinguin potencial per efectuar aquesta transició cap a un turisme més verd. BlaBlaCar com model de mobilitat compartida pot ser un exemple, encara que menys interessant de la millora del transport col·lectiu, i no rellevant per la mobilitat intraurbana (on un paper perillós, pel que fa condicions laborals i augment del tràfic, el podria jugar Uber).

2.2 Turisme col·laboratiu i ciutat procomú: re-enfocant discursos

A fi d'elaborar una anàlisi interessant de què vol dir l'economia col·laborativa per a un 'nou turisme' hem d'abandonar la idea que els actors que comparteixen siguin necessàriament els turistes i els residents, com s'assumeix en bona part dels estudis sobre el turisme col·laboratiu, i centrar-nos en la comunitat dels ciutadans en general. Turistes i residents quasi no fan comunitat; els allunyen la seva oposició quasi antropològica, segurament de classe, potser fins cultural, i la diversitat de pràctiques que caracteritzen la 'condició turística' i la vida quotidiana del resident; hi ha possibilitat d'intercanvi i un cert grau de reflexivitat només en el moment en què el resident es fa turista.

Però si plantejem l'existència de comunitats de ciutadans units per interessos específics, alguns caracteritzats com residents 'tradicionals', i d'altres poblacions intermèdies que transiten per la ciutat i sovint amb relacions funcionals i culturals amb el turisme força intenses tal i com es planteja en el llibre recent de Russo & Richards (2016), podem veure com l'economia col·laborativa pot obrir espais de experimentació i permet pràctiques de cogestió dels béns comuns que acaben canviant la ciutat en què es desenvolupa el turisme, facilitant-ne l'encaix.

Per exemple, la gestió comunitària d'espais (atractius pel turisme o que es fan atractius pel turisme), mantenint un arrelament amb la diversitat i la idiosincràsia sociocultural dels barris enfront de l'impacte estandarditzador de les estratègies corporatives; la fundació i el finançament de micro-empreses locals dedicades a la economia verd enfront al poder de les grans empreses i marques; la producció cultural i l'organització d'esdeveniments culturals d'accés lliure i el manteniment, enfront a la mercantilització i elitització de la cultura. Arran de tot i això doncs hi pot haver la infraestructura connectiva bàsica de la economia col·laborativa, les tecnologies digitals d'accés lliure i la informació oberta, que a banda de facilitar la implicació ciutadana poden també servir com canal de comunicació directe amb els turistes per damunt de la agència dels intermediaris institucionals i comercials (Russo, 2012) i com instrument de governança compartida i transparent dels processos de gestió administrativa de la ciutat.

Resumit, enlloc d'assumir els beneficis per la ciutat produïts pel 'turisme col·laboratiu' corporatiu, una aproximació molt més innovadora i rupturista enfront de models consolidats de ciutat turística suggereix que el foment del 'cooperativisme de plataforma', com defineix Trebor Scholz, o de xarxes organitzades de productors / usuaris / cuidadors / consumidors d'allò que és col·lectiu, pot contribuir a la transició cap a un règim de governança dels béns comuns que acabi millorant la resiliència dels llocs als efectes nocius del turístiques. Aquesta versió cooperativista, que té com a principis fonamentals la propietat dels mitjans de producció per part del treballador/usuari, la governança oberta i democràtica així com el compromís cap el bé comú i el unionisme ja està començant a comptar amb un quant cas d'èxit (Scholz, 2016) dirigits a promoure un model socioeconòmic de ciutat procomú.

2.3 L'àmbit i el paper de polítiques públiques – pro-turisme o pro-comú?

Fins al moment actual són prou limitats els exemples de ciutats que han apostat decididament per 'explotar' i recolzar l'èxit del turisme col·laboratiu en una estratègia de ciutat. Només les ciutats que han arribat a posar en marxa regulacions al sector de l'allotjament p2p (Airbnb) i a la possibilitat de lloguer habitacions en pisos compartits, com S. Francisco, New York, Amsterdam, Berlin, Paris, etc., d'alguna manera han fet visible la seva voluntat de posar ordre al sector i capitalitzar el seu èxit dintre de les estratègies de foment turístic, però en cap cas es tracta de 'foment' de l'economia col·laborativa. Moltes altres ciutats i xarxes de ciutats han apostat decididament per l'economia col·laborativa i la *open source information* com pilars de una estratègia 'smart'; però la articulació i la transcendència d'això al camp del turisme és poc clara, tal com el compromís a favor del veïnat i dels béns comuns com objectius fonamentals d'aquestes estratègies. Es poden citar uns exemples (font: <http://www.cct-seecity.com/2015/12/sharing-cities/>):

- Seul, capital de la Corea del Sud, on el govern local ha decidit d'invertir en diferents projectes de *Sharing Economy*, entre els quals una plataforma que permet a qualsevol ciutadà d'aprofitar d'edificis públics no- o sub-utilitzats, duent a un 're-ús' espectacular d'aquests espais.
- Amsterdam, que a començament del 2015 s'ha declarat 'Sharing City' amb l'objectiu de fer-se capital europea del compartir, amb aquest eslògan: "malbaratament 0 dintre del 2020". ShareNL és l'associació nacional que recolza la Sharing Economy.
- Al Regne Unit, en el 2014 el Departament de Negoci, Innovació i Capacitats (*Department for Business, Innovation & Skills*) del govern britànic havia encarregat un estudi independent de la Sharing Economy per adreçar l'acció política; això ha dut a la inclusió de la Sharing Economy als pressuposts nacionals del 2015 i ha produït inversions per 1.1M GBP en dos projectes pilot de 'Sharing Cities'; a més, el govern promou la Sharing Economy a les convocatòries d'obres públiques; SEUK és l'associació nacional que recolza la Sharing Economy.
- Als EEUU, els alcaldes de 15 grans ciutats van firmar al 2013 una resolució per a les "Shareable Cities". Aquesta xarxa inclou Washington DC., Oakland, Los Angeles, i Portland. Aquesta última, en particular, va introduir una reforma fiscal per promoure el car-sharing i va ser la primera en promoure una partnership con AirBnb.

Aquests casos posen en evidència que efectivament es tracta d'estratègies molt diverses i més o menys compromeses amb un objectiu general de promoció del bé comú; el cas de Seul, per exemple, no té res a veure amb el de Portland, que, però, es clarament una estratègia vinculada al turisme. Racionalitzant, es poden entreveure tres macro-àmbits d'aplicació de polítiques que recolzen i fomenten el turisme col·laboratiu, amb nivells decreixents d'intervencionisme per part de l'administració:

1. Polítiques de foment de les plataformes de turisme col·laboratiu, que també en impliquin l'ordenació o parcial regulació, a través de partnership amb les empreses com Airbnb i Über o més aviat dissenyades en consultació con aquests actors globals, i fins i tot tenint un 'observatori' o un registre del moviment turístic que generen.
2. Polítiques de foment i capacitació de les economia circular vinculada a la mobilització turística dels actius comuns; per exemple, visibilitzant aquesta oferta a les webs turístiques institucionals, formant operadors del sector, o finançant noves iniciatives ciutadanes de gestió d'espais i organització d'esdeveniments;
3. Polítiques de foment de l'ús de dades obertes per part de l'administració com infraestructura de relacions amb els ciutadans, i que per altra banda permeti a les xarxes d'aprofitar i compartir informació, co-gestionar i generar nou coneixement.

La primera aproximació manté aspectes força controvertits, ja que el punt de trobada entre regulació i promoció (d'uns models que ja han demostrat els problemes que poden alimentar a l'espai urbà) és prou incert. Fins a que punt s'afavoreix la emersió de pràctiques no regulades al fi de poder regular (per exemple a través d'una política de limitació de llicències), o al contrari, s'ordena per poder promoure, per exemple exigint l'abonament d'una taxa turística als propietaris de pisos per lloguer, és una qüestió que en cada cas s'ha resolt en una manera diferent, depenent del poder de negociació i de la inclinació més social dels governs locals enfront a les poderoses *lobbies* del sector p2p. Pel que fa a les plataformes d'intercanvi o hospitalitat genuïnament col·laboratives, es pot considerar que al no comportar transaccions econòmiques i, conseqüentment, pràctiques especulatives ni rentistes, l'administració no hauria de regular-les o limitar-les; pel que fa a la obligació de rendir comptes de la seva activitat (p.e. de dur el registre del moviment que generen), sí que seria recomanable però de difícil implementació: s'hauria d'establir un acord amb les plataformes perquè informin la administració cada vegada que es dugui a terme un acord d'intercanvi, però aquesta informació tampoc la té la plataforma (per exemple, en el cas d'Homeexchange, un cop les parts facin contacte a través de la plataforma, les negociacions es duen a terme privadament). A més, imposar l'obligació d'informació aniria en contra de la mateixa filosofia p2p de les plataformes (diversament d'això que passa amb Airbnb, per exemple, que cobra una comissió). Finalment, podria ser interessant que les administracions locals donessin visibilitat a aquesta oferta en les seves web institucionals, encara que s'hauria de resoldre un problema de competència amb els operadors comercials.

Els dos últims plantejaments van més aviat en la línia d'això que es proposa des de la xarxa Procomuns, un espai obert de debat - impulsat per diferents entitats i una pluralitat d'actors - al voltant de les potencialitats i reptes de l'economia col·laborativa per la promoció dels béns comuns (veure **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

Quadre 1 - Els plantejaments de la xarxa Procomuns per a la ciutat de Barcelona. Font: <http://procomuns.net/ca/politiques/>

1. Millora de regulacions per a l'economia col·laborativa procomú: estudiar noves formes de legislació sobre els subjectes jurídics/econòmics, més enllà de models multinacionals pel lucre, que posin per davant la governança participativa, la missió social i/o la sostenibilitat mediambiental.
2. Impulsar la incubació de nous projectes i iniciatives d'economia col·laborativa procomú: crear una incubadora amb infraestructura física i tecnològica pensada pel procomú, així com facilitar recursos per a l'emprenedoria col·lectiva procomú, que a banda de l'impacte social positiu promogui projectes viables que compleixin amb criteris d'obertura, reutilització, transparència, etc.

3. Fomentar fórmules existents o habilitar-ne de noves per al finançament de les iniciatives procomú: fer una crida al finançament d'experiències pilot innovadores amb un model cofinançat (match-funding) que faci efecte crida de projectes amb criteris procomú, combinant el micromecenatge individual amb l'efecte multiplicador d'un capital llavor que multipliqui cada aportació ciutadana.
4. Adoptar o re-assignar l'ús d'espais i altra infraestructura municipal per al sector: Habilitar la gestió mancomunada d'espais de treball i locals buits per al treball i desenvolupament de projectes de producció col·laborativa procomú, facilitant la mobilitat, compartició, conciliació i impuls del sector entre professionals i interessats.
5. Canviar com opera internament l'Ajuntament en alguns fronts vinculats al procomú: realitzar una experiència pilot en què l'Ajuntament faci servir serveis d'actors o comunitats que funcionen com empreses procomú, com ara guifi.net per a infraestructures de comunicació digital.
6. Combatre la mala pràctica de les administracions i la corrupció en l'àmbit de polítiques tecnològiques i de coneixement: Registre obligatori de reunions i contactes amb els lobbys o grups de pressió que representen interessos econòmics de les grans corporacions en telecomunicacions o serveis tecnològics.
7. Ajudar en la difusió local i per barris per apropar-ne sectors i altres economies afins: promoure una xarxa d'espais oberts de fabricació com els ateneus de fabricació, fab-labs i espais maker, amb programes educatius, enfocats a la reparació i reutilització i incentius econòmics.
8. Ampliar el segell Barcelona en clau de visibilitat exterior de les iniciatives locals: promoure segells de producte ecològics, socials, sense obsolescència programada, reparables, transparents i de codi obert i lliure.
9. Que les inversions en grans esdeveniments tecnològics recaiguin en la promoció del procomú local: potenciar que els congressos i grans esdeveniments de Barcelona donin visibilitat i suport a l'economia col·laborativa procomú, i que se'n promogui per exemple la tecnologia oberta o donant (encara) més visibilitat a experiències locals rellevants.
10. Incentivar i donar suport a la recerca i comprensió del fenomen per a seguir avançant: generar accés lliure a dades públiques sobre aspectes econòmics i socials, empenedoria, accions de suport, resultats, etc. (sempre amb respecte a normatives de privacitat i la permanència de dades).

Aquestes propostes i el plantejament estratègic que fan entreveure pel foment de l'economia procomú doncs són coherents amb la ambició de desenvolupar una ciutat 'dels ciutadans' on el turisme encaixi com forma de ciutadania compartida i no com pràctica extractiva. De fet, un treball anterior de Russo & Segre (2009) articulava una hipòtesis en aquest sentit: la gestió del turisme a través de la regulació de la propietat individual generalment duu a efectes subòptims des del punt de vista de la sostenibilitat, ja que no s'escapa del *trade-off* entre baixa qualitat del producte turístic i alts costos mediambientals (quan la política turística afavoreix la micro-propietat i la redistribució) i elitització i exclusió social (quan al contrari se insisteix en concentrar propietat i limitar la pressió competitiva). Per resoldre aquest dilema els autors proposen que la política turística s'ocupi primerament de gestionar i valoritzar la propietat col·lectiva, com forma de generar cohesió entre els agents 'cuidadors' d'un entorn sociocultural i transparència cap al mercat turístic. Aquest article no parla de turisme col·laboratiu o tecnologies 'sharing', que encara no havien aparegut, però de fet planteja un gir important cap al procomú en la política de gestió de les destinacions turístiques.

3 CONCLUSIONS I PROPOSTES PER BARCELONA CIUTAT TURÍSTICA PROCOMUNS

Aquest text ha explorat les dimensions actuals de la economia col·laborativa i el seu paper com motor de nous models i pràctiques turístiques, fent referència al cas concret de Barcelona i esgranant entre les plataformes més populars que operen en aquest sector i el balanç de avantatges i problemes que semblen generar. A més ha convidat a definir un marc procomú en la caracterització d'aquests models i a avaluar la conveniència de recolzar (o regular) la seva expansió des de la vessant de l'administració pública segons el grau de capacitat de contribuir a la transició cap a un model de ciutat més cohesiu, incloent, just i verd, del que produeixen les pràctiques del sector turístic tradicional. Vam fer referència a l'important treball de Chris Martin que demostra la debilitat i ambigüitat del discurs sobre la sostenibilitat de la economia col·laborativa enfront a la evidència del seu èxit econòmic de tinta 'neoliberal'; això ens ha permès reconèixer la important distinció plantejada pels advocats de la economia cooperativa, social y solidaria 'procomú' entre una *sharing economy* corporativa que desregula treball i privatitza espais de vida, i una cooperativa, compromesa amb el bé comú i basada en el principi de la propietat dels treballadors.

Aquesta distinció ens ha dut a proposar que més aviat que els models corporatius de turisme col·laboratiu al camp de la hospitalitat i de la mobilitat, tots caracteritzats per llums i ombres (alguns més que d'altres, ja que xarxes com HomeExchange i CouchSurfing ofereixen un balanç força positiu per la construcció d'una ciutat turística més justa i sostenible), s'hauria de pensar en les noves iniciatives de cooperativisme ciutadà basades en les noves tecnologies descentralitzades i en el coneixement obert, com model potencialment més eficaç per operar una transició cap a una ciutat més resiliència al turisme. Finalment hem introduït diferents marcs de polítiques urbanes per al foment del turisme col·laboratiu i hem considerat les propostes que es fan des de la Plataforma Procomuns.

A la sessió de treball del 23/5 s'ha posat de manifest primerament la necessitat de donar més pes a aquesta distinció i a aclarir les qüestions de definició al voltant del turisme col·laboratiu, invitant per exemple a distingir clarament entre 'models de negoci', a identificar-ne l'abast del retorn social i a tenir en compte la natura dels 'beneficis' (privats vs. col·lectius) que es generen.

Es creu que hi pot haver una estratègia municipal de foment del procomú, que millori l'encaix del turisme, més aviat que una estratègia de foment del turisme col·laboratiu en si mateix; i es posa de manifest que aquest esforç tindria més possibilitats d'èxit si es considera l'abast espacial real i volgut de l'activitat turística arran Barcelona, per això hauria de ser una estratègia com mínim d'àrea metropolitana. En aquest sentit l'administració pot tenir un paper fonamental en fomentar i recolzar les 'cooperatives de plataforma' que al mateix temps defenen drets ciutadans i fen la ciutat més cohesionada i incloent, facilitant-hi l'encaix del turisme. Hauria de ser, abans de tot, una estratègia clarament orientada als principis del p2p i basada en un model de governança compartida i transparent entre administració, cooperatives i actors privats / ciutadans que podria incloure iniciatives de formació digital, informació sobre les oportunitats, facilitació de la creació de xarxes internacionals, desgravacions fiscals, exploració de nous àmbits de cooperació, etcètera.

Això representaria un impuls a la transició cap a un nou model econòmic per la ciutat, més just, resiliència, i innovador, on tindria espai conseqüentment una transformació del model més pròpiament turístic, que, en tot cas, hauria de fundar-se en una comprensió de les dimensions reals de l'activitat turística a la ciutat i als seus barris, i a un gir radical de les polítiques públiques en matèria d'urbanisme, comerç, espai públic, mobilitat, medi ambient, per poder gestionar una 'ciutat amb turisme'.

En aquest marc es pot definir una estratègia favorable – si no pròpiament de foment – de les pràctiques col·laboratives de les quals es vegi clarament el retorn social i la contribució cap a un model econòmic alternatiu, com per exemple HomeExchange, CouchSurfing, i plataformes anàlogues. Això sobre tot s'hauria de calibrar com forma de compensar i contrarestar els efectes negatius del turisme col·laboratiu 'corporatiu'. Algunes propostes que han sortit en aquest sentit són:

- visibilitzar l'oferta de pisos por compartir a les webs institucionals;
- competir al mercat de lloguer de pisos, aprofitant la disponibilitat de pisos vuits o infrautilitzats, amb una mena d' "Airbnb municipal" que redistribueixi i reinverteixi els ingressos recaptats per projectes socials (com proposa una xarxa de ciutats liderada per Auckland, Nova Zelanda - un exemple citat pel Trebor Scholz en una xerrada organitzada per Dimmons, el dia 10 de juny al CCCB);
- apostar per un 'segell municipal' que doni visibilitat a l'oferta turística procomú, basat en una auditoria del seu balanç social i ambiental, model tecnològic;
- promoure i vehicular missatges clars sobre la natura i els efectes de les pràctiques extractives i rentistes, desmantant els discursos i campanyes que es fan des de la *sharing economy* corporativa.

Pel que fa a l'articulació d'un marc regulatiu apte per contenir els efectes de les pràctiques col·laboratives vehiculades per plataformes corporatives, es posa en evidència la dificultat d'arribar a regular-les i a fer respectar la normativa quant s'hagi posat en marxa. Això es deu a les característiques noves i 'líquides' d'aquest sector que eludeixen els marcs regulatius tradicionals, com la natura jurídica dels actors involucrats, el regim fiscal, el paper 'informal' del treball, la continuïtat de l'activitat. Per exemple es proposa que les plataformes tinguin l'obligació de compartir informació amb la administració i a ajustar els algorismes prescriptius a fi d'afavorir el bé comú (per exemple, obligant a publicar el n. de llicència, posant i proveint informació sobre la propietat dels pisos per lloguer, fent transparents les bases de dades, publicant dades sobre l'aprofitament de l'oferta, etc.).

La qüestió de la transparència i la publicitat de la informació és important no només cap a la regulació, sinó també per poder efectuar un monitoratge real de l'oferta i del moviment generat com condició fonamental per poder fer una bona gestió i ordenació del turisme a la ciutat, més enllà de ho que duen les 'estadístiques oficials', prou obsoletes, que es fan servir habitualment, i movent-se a cap a una plena capacitat de fer servir els 'big data' produïts per els entorns sociodigitals que avui dia alimenten l'activitat turística (reserves, comentaris en xarxes socials, transaccions, etc.). Això permetria que el turisme col·laboratiu pugui produir informacions i tingui mecanismes endògens (built-in) que serveixen a la seva regulació. Òbviament això amb prou feines es pot aconseguir amb la força de negociació de la sola administració municipal; caldrà que Barcelona busqui aliats en la administració autonòmica, estatal i Europea, i que promogui xarxes internacionals que es moguin en aquest sentit.

En qualsevol cas el marc regulatiu s'hauria de construir també de forma oberta i transparent, i estendre's a tot el sector de la economia col·laborativa, que hauria d'ajustar-se a aquesta regulació, admetent que per diferents realitats i models d'economia col·laborativa es poden aplicar diferents 'gradacions' de regulació.

Més en general, i en la mesura en què això correspongui a una realitat, Barcelona hauria de construir una marca de 'ciutat procomú' que arribi a ser tant important – o substitueixi – altres marques a què s'ha confiat en desenvolupament turístic de la ciutat, com la de ciutat creativa o ciutat-aparador, possiblement apuntant-se (o fins i tot liderant, pel pes que té Barcelona com context problemàtic) xarxes internacionals de ciutats que

- acullin i promoguin els principis del procomú
- estableixin criteris comuns de anàlisi, control i regulació de les activitats turístiques
- circulin bones pràctiques i experiències ciutadanes
- facilitin la creació de xarxes cooperatives internacionals
- apostin per un marc legal i un model de governança oberta comú.

Finalment s'insisteix sobre el paper de l'administració en garantir la educació de qualitat i la formació dels veïns, ja que això facilita la capacitat de construir socialment xarxes ciutadanes que vetllin pel bé comú.

4 REFERÈNCIES

- Andriotis, K. & Agiomirgianakis, G. (2014). Market escape through exchange: home swap as a form of non-commercial hospitality. *Current Issues in Tourism* 17(7): 576-591.
- Arias Sans, A. & Quaglieri Domínguez, A. (2016). Unravelling Airbnb: Urban Perspectives from Barcelona. In RUSSO, A.P. & RICHARDS, G. (Eds) (2016). *Reinventing the local in tourism*. Channel View Publications, Clevedon, pp. 209-228.
- Bialski, P. (2012). Technologies of hospitality: How planned encounters develop between strangers. *Hospitality & Society* 1(3): 245-260.
- Bialski, P. (2012). *Becoming intimately mobile*. Frankfurt, Peter Lang.
- Cocola Gant, A. (2016). Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos. Disponible en línea < <http://agustincocolagant.net/apartamentos-turisticos-hoteles-y-desplazamiento-de-poblacion/>>
- Forno, F. & Garibaldi, R. (2011). Andare in vacanza scambiando la casa. Un'analisi del profilo e delle motivazioni di un segmento crescente di turisti. *Rivista di Scienze del Turismo* 2(2): 87-112.
- Germann Molz, J. (2012). *Travel connections: Tourism, technology, and togetherness in a mobile world*. London, Routledge.
- Germann Molz, J. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing.org. *Annals of tourism research*, 43, 210-230.
- Martin, C.J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics* 121: 149-159.
- Munoz, F. (2001). *UrBANALization: Landscapes of Post-industrial Change*. Gustavo Gili, Barcelona.
- PCT - Parc Científic i Tecnològic del Turisme i Oci (2016). L'allotjament turístic als barris de Barcelona: Evidències, qüestions crítiques i comparacions nacionals i internacionals. Informe preparatori pel nou Pla Especial Urbanístic de Regulació de l'Al·lotjament Turístic. Ajuntament de Barcelona.
- Russo, A.P., & Segre, G. (2009). Destinations and property regimes: an exploration. *Annals of Tourism Research* 36(4): 587-606.
- RUSSO, A.P. (2012). Branding Brazilian slums through "freeware" cultural production: the case of Rio de Janeiro. In Go, F., & Govers, R. (eds.) *International Place Branding Yearbook 2012: Managing Smart Growth and Sustainability*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, pp. 174-186.
- Russo, A.P. & Richards, G. (Eds) (2016). *Reinventing the local in tourism*. Channel View Publications, Clevedon.
- Russo, A.P. (2015). La explosión del turismo colaborativo y los retos para el modelo turístico español. In E. Aguiló and S. Anton Clavé (eds) *20 retos para el turismo en España*. Madrid: Pirámide, pp. 107-127.
- Russo, A.P., & Quaglieri Domínguez, A. (2014). La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova XVIII(483)* <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-483.htm>>.
- Scholz, T. (2016). *Cooperativismo de plataforma. Desafiando la economía colaborativa corporative*.

Antonio Russo & Elsa Soro, relators