

EL DISCURSO DEL CONSUMO COLABORATIVO EN TURISMO

Análisis a partir de la plataforma de viajes Airbnb

Luana Alexandre Silva
Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa
Universidade Federal de Pernambuco
Recife, Brasil

Las nuevas prácticas de consumo han sido formuladas y reformuladas para atender las demandas de una sociedad en constante cambio. La economía colaborativa o compartida ha ganado espacio en este contexto al facilitar las transacciones de persona a persona a partir de las plataformas digitales, proporcionando nuevas formas de consumo, incluso de viajes. En el turismo, el consumo colaborativo se ha establecido generando modelos de negocios competitivos y sustentables, a ejemplo de la plataforma de servicios de viajes Airbnb. Para crecer en el mercado, esas plataformas se han empeñado en utilizar los canales de comunicación para transmitir sus mensajes y divulgar sus servicios, difundiendo información que puede revelar aspectos de la realidad en construcción e influenciar en los comportamientos de consumo y la percepción sobre los servicios y destinos. En este sentido, el presente estudio buscó analizar el discurso del consumo colaborativo en el turismo utilizando el análisis crítico del sitio web de Airbnb, por su representatividad en el mercado. Con la investigación fue posible comprender que entre los principales mensajes de la plataforma está la idea de un mercado de experiencias y alojamientos que es confiable y seguro para huéspedes y anfitriones. Pero hay discursos que parecen estar unidos a cuestiones morales y de identidad, como también mensajes que parecen contradictorios para los usuarios.

PALABRAS CLAVE: discurso, consumo colaborativo, turismo, plataforma de viajes.