

UNIVERSIDADE CÂNDIDO MENDES
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE PESQUISAS DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA

JAILTON DA COSTA GONÇALVES

O CAPITALISMO DE PLATAFORMA REDESENHANDO AS CIDADES:

O CASO AIRBNB

RIO DE JANEIRO
2021

JAILTON DA COSTA GONÇALVES

O CAPITALISMO DE PLATAFORMA REDESENHANDO AS CIDADES:

O CASO AIRBNB

Dissertação apresentada do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro da Universidade Candido Mendes como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Vieira

Rio de Janeiro

2021

Gonçalves, Jailton da Costa

O Capitalismo de Plataforma redesenhando as Cidades:
O Caso Airbnb/ Jailton da Costa Gonçalves. Rio de Janeiro: IUPERJ,
2021.

103 f: il

Orientador: Dr. Fernando Vieira

Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política
do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro da Universidade
Candido Mendes.

Bibliografia

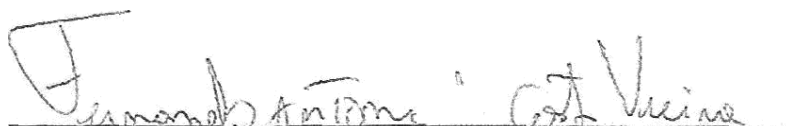
1. Airbnb. 2. Economia Compartilhada. 3. Gentrificação das Cidades. –
Sociologia Política. I. Vieira, Fernando. II. Universidade Cândido Mendes,
Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Programa de Pós-
Graduação em Sociologia Política. III. O Capitalismo de Plataforma
redesenhando as Cidades: o Caso Airbnb

Jailton da Costa Gonçalves.

O CAPITALISMO DE PLATAFORMA REDESENHANDO AS CIDADES:

O CASO AIRBNB

Dissertação de Mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Cândido Mendes (UCAM) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia Política.

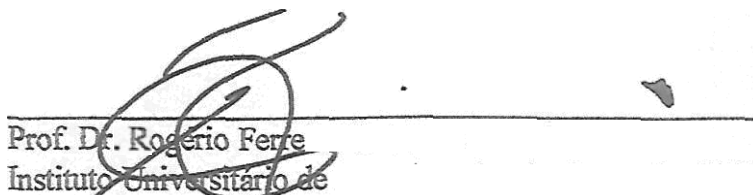


Prof. Dr. Fernando Antônio da Costa*Vieira
Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro/UCAM



Prof. Dr. de Oliveira Silva

Universidade do Estado do Rio de Janeiro / UERJ



Prof. Dr. Rogério Ferré
Instituto Universitário de

RIO DE JANEIRO

2021

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, sem ele nada seria possível, aos meus pais Jacy Gonçalves (em memória) e minha Mãe Mariza Santana, pilares da minha formação como ser humano, às minhas filhas Andressa, Eliza e Priscila, exemplos de dedicação e amizade e à minha esposa Ana Paula Miranda, amor da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Neste momento, não posso deixar de agradecer ao Criador do Universo por tudo que Ele nos concedeu e concede: Obrigado a Deus por tudo!

Tenho ainda que agradecer a minha esposa, que me acompanha na jornada da vida. Essa mulher que me auxilia e me impulsiona a grandes saltos. Também não poderia deixar de agradecer às minhas três filhas maravilhosas, meus irmãos e meus pais pela vida. Meu muito obrigado!

Agradeço, também, todas as pessoas que me ajudaram, incentivaram e orientaram nesse longo caminho de realização dessa dissertação:

Ao meu orientador Prof. Dr. Fernando Vieira, com toda sua infinita paciência e sabedoria, orientou-me até o final desse trabalho;

Ao meu Prof. Dr. Rogério F. Souza, que com toda sua dedicação, conduziu-me até o final desse trabalho;

Ao corpo docente do IUPERJ;

Um agradecimento muito especial para o amigo e irmão Dr. Marcos Paulo Freitas, para Jessica Leite e Henrique Lavoura (*in memoriam*) pela amizade e paciência que tiveram comigo nesta caminhada; sem eles este trabalho não teria acontecido.

Na escravidão, o trabalhador era vendido. Na terceirização, é alugado.

Ricardo Antunes

RESUMO

A economia compartilhada chegou como uma alternativa ao desemprego, em termos de transações econômicas tradicionais. Pode ser caracterizada como uma tendência de crescimento maciço, num mercado em ascendência, particularmente, nas áreas de viagens e turismo. A plataforma Airbnb, atualmente, opera como um mercado digital para pessoas que buscam acomodações. O Airbnb conecta viajantes com os anfitriões da plataforma que querem alugar suas casas ou outras propriedades. Para os hóspedes, o Airbnb oferta opções de hospedagem temporária de baixo custo. Para os anfitriões, o Airbnb é uma forma de ganhar dinheiro. Nesta dissertação, o objeto de pesquisa é investigar o processo de gentrificação gradual da plataforma. Estudos apontam que o Airbnb tem seu papel na gentrificação de bairros urbanos em todo o mundo. Há uma tendência entre os estudiosos para tratar a plataforma Airbnb como instrumento, ou canal, que facilita e amplifica as forças existentes de gentrificação. Pretende-se analisar e compreender a origem do Airbnb e sua caracterização enquanto uma instituição altamente lucrativa, que gera lucros e promove a comercialização e mercantilização de espaços residenciais e obstrua regulamentação dos seus negócios em expansão e o processo de gentrificação.

Palavras chave: Gentrificação. Economia Compartilhada. Plataforma Airbnb

Rio de Janeiro

2021

ABSTRACT

The shared economy arrived as an alternative to unemployment, in terms of traditional economic transactions. It can be characterized as a massive growth trend in a growing market, particularly in the areas of travel and tourism. The Airbnb platform currently operates as a digital marketplace for accommodation seekers. Airbnb connects travelers with platform hosts who want to rent their homes or other properties. For guests, Airbnb offers low-cost temporary accommodation options. For hosts, Airbnb is a way to earn money. In this dissertation, the object of research is to investigate the gradual gentrification process of the platform. Studies show that Airbnb plays a role in the gentrification of urban neighborhoods around the world. There is a tendency among scholars to treat the Airbnb platform as an instrument, or channel, that facilitates and amplifies the existing forces of gentrification. It is intended to analyze and understand the origin of Airbnb and its characterization as a highly profitable institution, which generates profits and promotes the commercialization and commodification of residential spaces and obstructs the regulation of its business in expansion and the gentrification process.

Keywords: Gentrification. Shared economy. Airbnb platform

Sumário

INTRODUÇÃO	1
1 O CAPITALISMO DE PLATAFORMA.....	4
1.1 - CONCEITUANDO ECONOMIA COMPARTILHADA	6
1.2 - AS NOVAS RELAÇÕES DE TRABALHO NA ECONOMIA COMPARTILHADA	13
1.3 OS IMPACTOS DA ECONOMIA COMPARTILHADA NO MERCADO	18
2. A ORIGEM, A PLATAFORMA, A AIRBNB	32
2.1 A MOTIVAÇÃO DOS USUÁRIOS E O SUCESSO DO AIRBNB	36
2.2 OS USUÁRIOS DO AIRBNB	41
2.3 AIRBNB: O IMPACTO NAS CIDADES.....	43
2.3.1 O Airbnb como uma ameaça à rede hoteleira	43
2.3.2 <i>O impacto da Airbnb nas cidades</i>	44
2.3.3 O impacto econômico	46
2.3.4 O impacto socioespacial.....	50
3. 3. A GENTRIFICAÇÃO DO AIRBNB REDESENHANDO AS CIDADES	58
3.1 A PROFISSIONALIZAÇÃO DOS ANFITRIÕES.....	59
3.2 A CONTRIBUIÇÃO DA PROFISSIONALIZAÇÃO DO ANFITRIÃO NA GENTRIFICAÇÃO DO AIRBNB	62
3.3. OS EFEITOS DA GENTRIFICAÇÃO NUMA ESCALA GLOBAL	67
3.4 O AIRBNB REDESENHANDO A PAISAGEM URBANA	69
3.5 GENTRIFICAÇÃO: Uma ferramenta destrutiva do Airbnb	72
3.6 A GENTRIFICAÇÃO DE COMUNIDADES CARENTES: O CASO RIO-FAVELA	76
3.7 A DISCRIMINAÇÃO DIGITAL NO EFEITO AIRBNB	79
CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS.....	88

INTRODUÇÃO

Apesar de um início modesto, o Airbnb integra agora uma parte considerável das maiores empresas de *start-ups* do planeta. A história de dois amigos que montaram um site simples, onde alugavam três colchões de ar (incluindo café da manhã) denotam para investidores, empresários e um público extremamente grande como a economia compartilhada transformou o mercado hoteleiro e as relações de trabalho.

O Airbnb é uma plataforma online que permite que os anfitriões aluguem suas acomodações e os hóspedes reservem as acomodações diretamente via Airbnb. No entanto, o Airbnb, rapidamente, incomodou a indústria hoteleira, modificou relações de trabalho e gentrificou lugares.

Dessa forma, podemos nos valer do conceito de economia compartilhada disposta por Tom Slee em seu livro *What's Your Is Mine: Against The Sharing Economy*:

A Economia do Compartilhamento é uma onda de novas empresas que usam a Internet para combinar clientes com provedores de serviços para intercâmbios do mundo real, como aluguel de apartamentos por curto prazo, viagens de carro ou tarefas domésticas.” (SLEE, 2015)

A economia compartilhada chegou como uma alternativa ao desemprego, fortalecendo a precarização das relações de trabalho. Pode ser caracterizada como uma tendência de crescimento maciço, num mercado em ascendência, particularmente, nas áreas de viagens e turismo.

Há um debate acalorado sobre a economia compartilhada, uns defendem que ela complementa as economias tradicionais, outros afirmam que é uma ameaça. Mudanças radicais ocorreram no setor de hospedagem com o compartilhamento de imóveis, tornando-se um novo conceito no mercado de

hospitalidade tradicional, no entanto, impactando social e economicamente muitos lugares.

Segundo o próprio Airbnb, o valor da empresa cresceu exponencialmente nos últimos 8 anos, refletindo a tendência da economia compartilhada como um todo (Airbnb, 2021). O desenvolvimento da tecnologia da informação permitiu esse ritmo incrivelmente rápido de crescimento do Airbnb como um mercado online. Um serviço como o Airbnb exerceu influência significativa em diferentes perspectivas e adicionou ímpeto à transformação da indústria da hospitalidade tradicional.

Muitas pesquisas se concentraram nos fatores que sofreram influência do Airbnb em relação ao setor de hospitalidade e turismo, porém se devem considerar também as questões econômicas, a discriminação digital, a regulamentação de negócios e o planejamento urbano.

Nesta dissertação, objetivamos investigar o processo de gentrificação gradual da plataforma. Estudos apontam que o Airbnb tem seu papel na gentrificação de bairros urbanos em todo o mundo. Há uma tendência entre os estudiosos para tratar a plataforma Airbnb como instrumento, ou canal, que facilita e amplifica as forças existentes de gentrificação.

Em outras palavras, o Airbnb é frequentemente entendido como uma tecnologia que pode ser explorada por inúmeras empresas envolvidas com o ramo da habitação, por exemplo, para otimizar os retornos sobre seus investimentos no parque habitacional através de aluguel de curto prazo.

Vale também destacar o esforço contínuo da empresa em "revitalizar" (ou seja, expandir, renovar e aumentar o valor de) seu ambiente de plataforma, profissionalizando seu lado da oferta e sempre se atualizando para atingir uma classe mais diversificada de hóspedes e examinar como diferentes classes de anfitriões são afetadas e respondem ao impulso de gentrificação do Airbnb para tornar a hospedagem em sua plataforma profissional.

Algumas questões dizem respeito a quem se beneficia com essa profissionalização de anfitriões e quem fica para trás; até que ponto os anfitriões situados de forma diferenciada podem sofrer os riscos e custos associados ao uso do Airbnb em um mercado STR (mercado streaming) altamente volátil? E as regras e requisitos em evolução da plataforma têm impactos divergentes em diferentes seções da "comunidade" de hospedagem da cidade?

Embora a pandemia Covid-19 tenha impactado severamente os fluxos de receita e a trajetória de negócios do Airbnb, a infraestrutura e as políticas da plataforma Airbnb ainda reforçam uma distribuição desigual de oportunidades.

No primeiro capítulo, pretende-se analisar como essa nova fase do capitalismo se assemelha, ou não, com o capitalismo já conhecido. No segundo capítulo, pretende-se compreender a origem do Airbnb e sua caracterização enquanto uma instituição altamente lucrativa, que gera lucros e promove a comercialização e mercantilização de espaços residenciais e obstrui a regulamentação dos seus negócios sem expansão.

No terceiro capítulo, irá tratar como a hospedagem compartilhada implicou diretamente no processo de gentrificação. Se por um lado, o Airbnb, aumentou a oferta de hospedagem, por outro, aumentou o potencial locatário de uma região com uma população que não está financeiramente preparada para a requalificação daquele lugar que passa a ficar geograficamente desigual.

1 O CAPITALISMO DE PLATAFORMA

Neste primeiro capítulo, pretende-se analisar como o capitalismo dos primórdios se assemelha, ou não, com o atual capitalismo de plataforma. Neste sentido, nada mais pertinente do que citar Karl Marx em seu livro, *O Capital*:

O capitalismo, ao transformar dinheiro em mercadorias, que servem de matérias constituintes de um novo produto ou de fatores do processo de trabalho, ao incorporar força de trabalho viva à sua objetividade morta, transforma valor, trabalho passado, objetivado, morto em capital, em valor que se valoriza a si mesmo, um momento animado que começa a “trabalhar” como se tivesse “amor no corpo” (MARX, 1985: 160/161).

No entanto, antes de tratarmos de Max, é primordial compreender o conceito de capitalismo. Segundo Pena:

O Capitalismo é um sistema em que predomina a propriedade privada e a busca constante pelo lucro e pela acumulação de capital, que se manifesta na forma de bens e dinheiro. Apesar de ser considerado um sistema econômico, o capitalismo estende-se aos campos políticos, sociais, culturais, éticos e muitos outros, compondo quase que a totalidade do espaço geográfico.

A base para formação, consolidação e continuidade do sistema capitalista é a divisão da sociedade em classes. De um lado, encontram-se aqueles que são os proprietários dos meios de produção, a burguesia; de outro, encontram-se aqueles que vivem de sua força de trabalho, através do recebimento de salários: os proletários. No caso do meio agrário, essa relação também se faz presente, pois os donos das terras, geralmente latifundiários, ganham lucros sobre os trabalhos dos camponeses. (PENA, 2015: 34)

O propósito de Marx, em 1867, era o de ajudar o, então, movimento operário a lutar, com um maior entendimento, contra o crescimento desenfreado do lucro, da ganância do empresariado e, claro, contra a lógica do capital destrutivo.

Sendo pioneiro em demonstrar a face predadora da burguesia, assinalava a necessidade de acabar com as relações de trabalho que escravizavam trabalhadores, além de sempre se preocupar com fim dos recursos naturais explorados pela agricultura capitalista. Isso significa dizer que a leitura acerca dos impactos ambientais já era presente de alguma forma e que já existia uma corrente de defesa ecológica em benefício da humanidade:

Em grande parte da história do capitalismo, o capital representava coisas tangíveis, com equipamentos, ferramentas, maquinários, entre outras coisas. Os capitalistas investiram alto a fim de maximizar a produção e, neste sentido, necessitavam, cada vez mais, de mão de obra humana para operar os equipamentos.

Foram dois séculos marcados por conflitos de classe entre capitalistas e trabalhadores. E apesar de Marx ter sido eternizado pela luta de classes, seus trabalhos também já demonstravam que o capital mudaria no curso do tempo com a evolução tecnológica.

O mundo de hoje ainda enfrenta o conflito capital/trabalho, todavia, agora numa era digital onde o capital diversificou sua esfera de atuação. A guisa de ilustração, podemos citar a empresa Microsoft que possui bilhões em propriedade intelectual, legalmente protegidas pela Lei de Patentes.

Anteriormente, na relação trabalho/capital existia uma interdependência que equilibrava o poder, uma vez que um dependia do outro. No entanto, no capitalismo digital, as máquinas são cada vez mais autônomas, no que tange a inteligência artificial (IA). Isso implica na extinção de inúmeras profissões, ou seja, milhões de trabalhadores ociosos ou desempregados. Para Antunes:

“[...] trabalho vivo, em conjunção com ciência e tecnologia, constitui um complexa e contraditória unidade, sob as condições de desenvolvimento capitalista. [...] Liberada pelo capital para expandir-se, mas sendo em última instância prisioneira da necessidade de subordinar-se aos imperativos do processo de criação de valores, a

ciência não pode converter-se em principal força produtiva.”
(ANTUNES, 2018: 122)

Ainda não se pode dizer que o trabalho não seja mais essencial, mas sim, que as relações mudaram. Simplesmente, porque nessa reestruturação produtiva, segundo Antunes (2018), o capital responde:

À sua lógica destrutiva e aos seus determinantes estruturais, quais sejam: as taxas decrescentes do lucro, a resistência operária e a própria impossibilidade de controle do capital, enquanto um sistema de metabolismo societal orientado para a expansão e acumulação do capital. O novo modelo produtivo passa pela maior integração entre trabalho vivo e trabalho morto, assumindo como consequência os seguintes contornos: a) a convergência de trabalho vivo em trabalho morto; b) a redução do trabalho chamado improdutivo, relacionado às atividades de gerência e supervisão; c) a redução dos tempos improdutivos no processo de trabalho; e d) a ampliação do trabalho imaterial, este dotado de maior dimensão intelectual nos setores produtivos e de serviços. Essas tendências se dão de forma diferenciada em função da divisão capitalista do trabalho que assume um caráter desigualmente combinado. (ANTUNES, 2018:25)

1.1 - CONCEITUANDO ECONOMIA COMPARTILHADA

São diversos os nomes que se referem a essa nova relação de negócio: *peer-to-peer*, economia colaborativa, economia compartilhada, produção colaborativa, entre outros. Apesar de ser uma nova forma de fazer negócio, não significa que seja algo inovador, ou seja, continuamos, em tese, trocando bens e serviços, como historicamente os homens faziam nas primeiras formas de comércio. O capitalismo chegou e com ele a lógica de consumo. Segundo Sundararajan (2016):

Antes do surgimento de companhias bilionárias, tomando um passo atrás e esmiuçando o principal componente desse novo fenômeno econômico:

o compartilhamento principalmente a partir de agentes individuais (peer-to-peer), é possível discutir se esse conceito é algo exclusivo da nova economia compartilhada. Tomando como referência a atividade econômica na história, no século XVIII, antes da Revolução Industrial e o conseqüente surgimento das grandes corporações de produção em massa, as trocas comerciais eram quase exclusivamente a volta das agentes individuais, as maiores unidades produtivas eram fazendas detentora de um considerável aparato de meios de produção não é exatamente algo inteiramente novo (SUNDARARAJAN, 2016:98).

Entretanto, encontrar na literatura atual uma definição precisa de economia do compartilhamento, que contemple a multifacetada diversidade de atividades é impossível. Isso porque não existe um padrão na oferta desses serviços. Cada empresa se autodefine e o próprio mercado, ou a mídia, que diz quem está dentro ou fora do sistema de plataformas. (RIFKIN, 2014:56)

Na crise econômica de 2008, muitos pesquisadores anunciaram um novo fetiche: o do consumismo. Nele, o consumidor comprará produtos, os utilizará, jogará fora e depois irá comprar mais. Uma maneira de consumo voltada para o “gastar mais, consumir mais” que não é sustentável e nem saudável. Antunes afirma que:

Há naturalmente um represamento que decorre por estarmos fazendo parte de uma população em isolamento. É natural que em algum momento se precise comprar algumas coisas que estão faltando. Agora, o capitalismo não funciona sem esse momento catártico do consumo. É o gozo supremo de uma sociedade desprovida de sentido humano societal. Então tem a ver sim, até porque a produção se enfeixa no consumo e o consumo depende da produção. O que enriquece as grandes corporações é esse ciclo. (ANTUNES, 2018: 34).

Nesse sentido, nasceu a ideia de consumo colaborativo que é um resgate de antigas práticas de partilha, cessões comerciais, aluguel e trocas, existentes desde as “primeiras formas de comércio e que estavam em desuso desde a emergência do modelo capitalista de produção” (ALGAR, 2007: 32). No entanto,

essas práticas atuais se divergem das tradicionais pelo surgimento das plataformas online, que facilitaram todas essas transações. Segundo o filósofo Alain de Botton (2014):

O ato de viajar é uma das atividades mais recompensadoras enquanto experiência de consumo. Se nossas vidas são dominadas pela busca da felicidade, talvez poucas atividades revelem tanto a respeito da dinâmica desse anseio quanto o ato de viajar (BOTTON, 2014:54).

Dessa forma, a lógica capitalista coloca os serviços em um patamar de produto, sendo “fruto de uma cadeia de valor capaz de suprir uma série de necessidades humanas”, de acordo com a Pirâmide de Maslow¹. Conforme o site *Sbcoaching*:

As necessidades humanas, segundo Maslow, estão arranjadas numa hierarquia que ele denominou de hierarquia dos motivos humanos. Conforme o seu conceito de premência relativa, uma necessidade é substituída pela seguinte mais forte na hierarquia, na medida em que começa a ser satisfeita. Assim, por ordem decrescente de premência, as necessidades estão classificadas em: fisiológicas, segurança, afiliação, autoestima e autorrealização. A necessidade fisiológica é, portanto, a mais forte, a mais básica e essencial, enquanto a necessidade de autorrealização é a mais fraca na hierarquia de premência. (HESKETH, 1980: 32)

Com a modernização dos processos, seguindo as tendências socioeconômicas da contemporaneidade, a Economia de Experiência cresce e evolui gradativamente, no interior da Economia Capitalista, pois nesse viés, a economia estará centrada nas experiências e nas histórias, como é o caso da Airbnb e fica bem ilustrado em seu próprio site:

¹<https://www.sbcoaching.com.br/blog/piramide-de-maslow/>

Fundado em 2008, o AirBnb tem a missão de criar um mundo onde as pessoas podem se sentir em casa quando viajam ao entrar em contato com culturas locais e participar de experiência de viagem únicas. Seu mercado comunitário dá acesso a milhões de acomodações únicas, incluindo apartamentos, vilas, castelos e casas na árvore em mais de 65.000 cidades e 191 países. (AirBnB, 2020)

Nesse sentido, a tecnologia vem facilitar o crescimento do consumo colaborativo, mas, se refletirmos, o que temos é a velha troca capitalista com uma roupagem digital, ou seja, o ser humano é o componente essencial para os comportamentos sociáveis e colaborativos, mesmo quando coordenados com ferramentas de alta tecnologia. Para Shirky:

A internet, as mídias sociais e os dispositivos móveis transformaram as pessoas, que antes eram apenas espectadoras, em produtores de conteúdo, que agregam valor à comunidade e não dependem mais de especialistas ou profissionais que façam isso por elas, diminuindo drasticamente o custo de visibilidade. A internet é uma máquina de oportunidades, um meio para pequenos grupos criarem novas oportunidades a baixo custo e com menos obstáculos do que nunca, e com a possibilidade de anunciar essas oportunidades ao maior número de potenciais participantes da história (SHIRKY, 2011: 117-118).

Mediante o exposto, o AirbnB é uma das principais plataformas do consumo colaborativo que participa diretamente em serviços ligados ao Turismo. Essa plataforma permite que pessoas loquem todo ou parte de sua própria casa para viajantes, colocando o preço a ser pago pela acomodação, isto é, age como intermédio entre reservas de acomodação pessoal. O AirbnB surgiu em 2007, na cidade de São Francisco e oito anos depois de sua criação, a empresa já estava presente em mais de 191 países e 34 mil cidades pelo mundo e mais de 50 milhões de pessoas que utilizavam a plataforma.

Atualmente existem distintos tipos de meios de hospedagem pelo mundo, satisfazendo as necessidades de diversos turistas. No Brasil, a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, classifica os meios de hospedagem como:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária. (BRASIL, 2008)

Neste sentido, deve-se levar em consideração a diversidade de plataformas e atividades. Além disso, essa novidade ampliou a oferta de serviços que antes eram muitos caros, permitindo maior crescimento do público consumidor, o que é favorecido pelo fato de que os sites de economia do compartilhamento possuem custos mais baixos. Nos sites P2P (*peer-to-peer*), “o valor pode ser redistribuído ao longo da cadeia de produção para produtores e consumidores e afastado de intermediários, em parte porque os custos dos produtores são mais inferiores”. (SHIRKY, 2011: 67)

De fato, essa nova versão de troca denominada economia colaborativa traz o novo, que são as plataformas virtuais instaladas em dispositivos móveis que otimizam a transação em qualquer hora ou lugar e ainda com a popularização da internet, que hoje conecta todos os cantos do mundo.

É notório que o compartilhamento vende uma imagem de consciência sustentável, já que ajuda a diminuir o desperdício. Aliado a isso, há um aumento também nas redes de interação social que facilitam o acesso de pessoas a coisas. A exemplo disso, temos *sites* de compartilhamento de móveis, que nesse período de pandemia, onde muitas pessoas ficaram trabalhando em *home office*, fez-se necessário a utilização de móveis de escritório temporariamente.

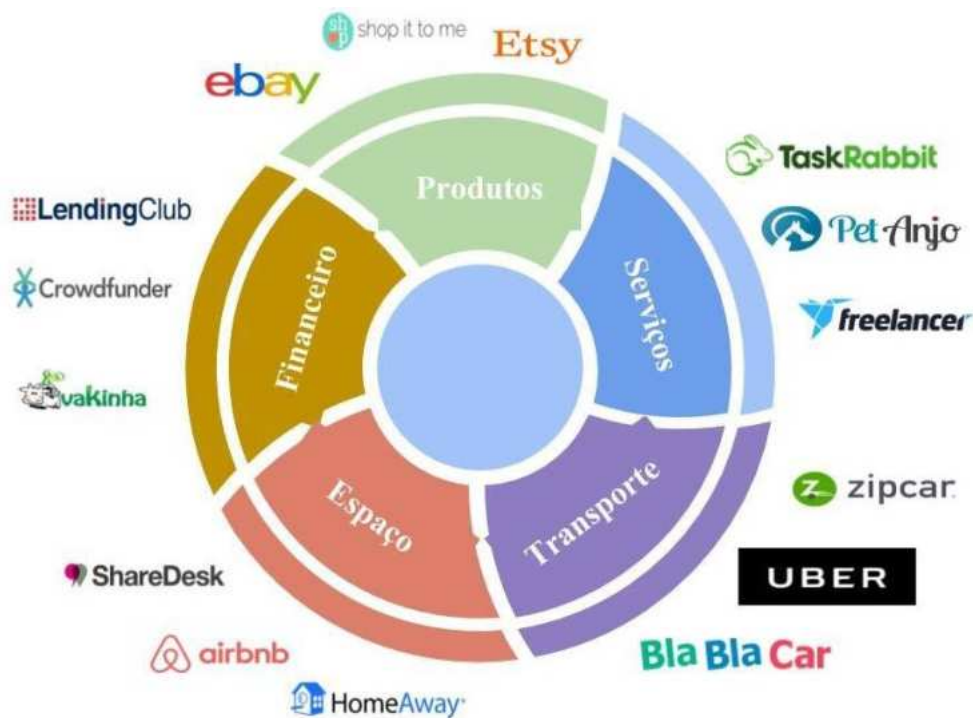
Esses serviços caracterizam essa economia, que, às vezes, opções

criativas a todo instante. O que era apenas um *hobby* de alguém, de repente se torna um novo negócio. Mas será que é tão maravilhoso assim ou estamos encobrindo uma instabilidade financeira arrastada por anos? Um desemprego cruel que não deixa alternativa aos trabalhadores do que se reinventar para levar o pão de cada dia para casa? Antunes, em seu livro *O Trabalho Sob Fogo Cruzado*, Antunes aponta os impactos dessa realidade sobre nosso país:

No Brasil, onde vivenciamos desde sempre testemunhamos formas intensas de exploração do trabalho e de precarização ilimitada, as consequências são ainda mais perversos do ponto de vista social. Só para dar alguns exemplos, antes da pandemia, mais de 40 % da classe trabalhadora brasileira encontrava-se na informalidade ao final de 2019. No mesmo período, mais de cinco milhões de trabalhadores / as experimentava a condição de uberização do trabalho, propiciadas de aplicativos e plataformas digitais, o que até recentemente era saudado como parte do “maravilhoso” mundo do trabalho digital, com suas “novas modalidades” de trabalho on-line que felicitava os novos “empreendedores”. Sem falar na enormidade do desemprego e da crescente massa subutilizada, terceirizado, intermitente e precarizada em praticamente todos os espaços de trabalho. (ANTUNES, 2020:não paginado).

Atualmente, no Brasil há inúmeras marcas de negócio colaborativo atuando, tanto nacionais como estrangeiros; todo tipo de serviço é oferecido: aluguel compartilhado de carros, bicicletas comunitárias, aluguel de móveis, aluguel de parte casa com o proprietário morando, trocas de roupas. As plataformas mais conhecidas são a Uber, que faz transporte de pessoas; a Airbnb, que é um serviço comunitário de acomodações; a BlaBlaCar, serviço de compartilhamento de viagens; o Tik Tok, compartilhamento de vídeos e que, por sinal, no ano de 2020, segundo site Usemobile² foi o mais baixado; Zoom, compartilhamento de videoconferências, entre outros. Podemos observar na imagem abaixo outros exemplos:

²<https://usemobile.com.br/aplicativos-mais-baixados/>



Sistema do compartilhamento e seus atores Fonte: Adaptada de The Altimeter Group (2013).

Nessas plataformas, a boa relação entre usuários e trabalhadores é fundamental, pois a avaliação dos produtos e serviços tem suma importância no processo, pois ela é parâmetro de informação para outros usuários e dependendo do tipo de aplicativo se está usando, essa avaliação pode prejudicar ou mesmo excluir um “parceiro” da plataforma Uber ou um “anfitrião”, no caso da Airbnb, por exemplo. Isso pode ser visto abaixo no próprio site na Airbnb, em que o anfitrião é avaliado o tempo todo:

As experiências duram, em média, algumas horas. Elas podem variar de oficinas a longas caminhadas e estão disponíveis para vários níveis de habilidade e interesses. Todas as experiências são analisadas pelo Airbnb para garantir que atendem aos nossos padrões de qualidade. (AIRBNBN, 2021)

Pode-se dizer que a transparência dessas plataformas é um ponto positivo. No momento da contratação do serviço de transporte da plataforma Uber, por exemplo, é possível, imediatamente, saber o nome do “motorista parceiro”, se é habilitado, qual a avaliação dada a ele por outros usuários. Da mesma forma, na Airbnb, é interessante saber não somente as características da acomodação como também o histórico de ocupações e as avaliações dos usuários que passaram por lá. No entanto, não podemos nos esquecer que essas plataformas, seja de transporte seja de acomodação são passos para a precarização do trabalho de inúmeros trabalhadores. Para Antunes,

É fundamental a compreensão das formas contemporâneas de agregação do valor-trabalho, uma vez que a mais-valia não é extraída apenas do plano material do trabalho, mas também do imaterial, intensificando as condições da exploração da força de trabalho através da redução ou mesmo eliminação do trabalho improdutivo. Porém o autor faz uma ressalva ao argumentar que o trabalho material ainda é predominante, em relação ao imaterial, principalmente quando se faz uma análise do capitalismo em escala global. No campo das relações laborais, o autor afirma a tendência à flexibilização, ao trabalho terceirizado, precário e desregulamentado, com destaque para o aumento do trabalho feminino em diversos países. (ANTUNES, 2018:13)

1.2 - AS NOVAS RELAÇÕES DE TRABALHO NA ECONOMIA COMPARTILHADA

A maneira de fazer permutas comerciais sempre se modifica em função do modelo socioeconômico vigente. Esses modelos ou estas novas relações se transformam no tempo em decorrência da evolução tecnológica, dos fatores de produção ou mesmo das relações sociais. Essas mudanças fazem com que o mercado se molde a novas realidades, mas o capitalismo mantém sua essência circulacional através, entre outras dimensões, das trocas:

Presenciamos o compartilhamento, uma nova tendência de consumo que só cresce a cada dia, o chamado consumo colaborativo baseado na economia compartilhada. Esse modelo de consumo se baseia numa nova lógica: no lugar da compra, a troca, o empréstimo ou mesmo o aluguel da mercadoria ou do serviço. Integrado a esses novos conceitos, surge a necessidade da sustentabilidade e de uma maior conectividade entre pessoas de todo planeta. Antunes, tratando da obra de Marx, olha para o capital com características transitórias:

o conhecimento social gerado pela ciência tem seu objetivo restringido pela lógica do capital ao mesmo tempo que ocorre a apropriação desigual dos resultados e benefícios da ciência e da tecnologia, bem como do aumento da produtividade do trabalho social. O autor ressalta que a teoria do valor reconhece o papel crescente da ciência, mas afirma que esta se encontra tolhida em seu desenvolvimento pela base material das relações entre capital e trabalho, a qual se encontra submetida, “[...] não podendo, sob o capital, tornar-se a principal força produtiva no lugar do trabalho” (ANTUNES, 2018: 126).

Dessa forma, pode-se afirmar que a economia capitalista tradicional trabalha numa lógica individual, particular e competitiva, já a economia colaborativa opera de forma compartilhada, mas continua gerando desigualdade social e gentrificação.

O maior não mais significa automaticamente o melhor: flexibilidade da unidade de força, adaptação mais próxima dos meios aos fins, melhores tempos de operação são as novas marcas de uma indústria eficiente. Ainda que a concentração possa permanecer, é em larga medida um fenômeno de mercado ao invés de ser técnico: promovido por astutos financistas que veem nas grandes organizações um mecanismo mais fácil para suas manipulações de crédito, inflação dos valores de capital, controle monopolístico. (MUMFORD, 2011:221)

É exatamente essa relação que é o cerne desse novo formato de capitalismo, em que a necessidade de possuir propriedades ditas privadas perde

lugar para o compartilhamento de bens e serviços, mediado pela tecnologia. Abre-se, então, espaço para as redes de comunicação e para as formas alternativas de consumo. Essa é a chamada economia da “confiança”, onde os bens materiais não necessitam serem comprados, mas sim compartilhados. Isso não significa dizer que seja o fim da propriedade privada, porém o surgimento de outra forma de consumo. Mesmo porque, para se compartilhar algo alguém precisa possuí-lo, ou seja, ter a propriedade dele.

Teoricamente, o impacto da economia compartilhada deveria ser totalmente positivo. Já que estamos deixando para trás um passado escravizante, consumo desmedido, um desperdício de coisas materiais incalculável. A economia compartilhada não veio trazer uma base sólida na economia mundial? O poder, então, não deixaria de se concentrar nas mãos de poucas empresas para estar acessível a todos? A resposta deveria ser sim, mas não foi dessa forma, como veremos ao longo da pesquisa. Antunes descreve bem essa transição:

Nas últimas décadas do século passado, floresceram muitos mitos acerca do trabalho. Com o avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs) não foram poucos os que acreditaram que uma nova era de felicidade se iniciava: trabalho on-line, digital, era informacional, finalmente adentrávamos no reino da felicidade. O capital global só precisava de um novo maquinário, então descoberto. O mundo do labor enfim superava sua dimensão de sofrimento. A sociedade digitalizada e tecnologizada nos levaria ao paraíso, sem tripalium e quiçá até mesmo sem trabalho. O mito eurocêntrico, que aqui foi repetido sem mediação e com pouca reflexão, parecia finalmente florescer. (ANTUNES, 2018:54)

A economia compartilhada traz um novo pensar em negócios. Trocas e interações são palavras chaves dos usuários desses serviços. Instituições poderosas e ricas, como redes de hotéis, por exemplo, vão dar lugar as redes descentralizadas com mercados, usuários e organizações misturados.

A economia compartilhada trouxe à tona uma característica nova para a lógica do consumo: o ato de compartilhar bens e serviços. No entanto, esse ato

de compartilhar demandou, dentro da lógica capitalista, uma proporção organizacional ao ponto de modificar a economia e as relações de negócios entre elas. Algo que era restrito aos amigos e familiares tornou-se um novo negócio modificando completamente o conceito tradicional de trabalho, como bem ilustra Ricardo Antunes:

Contudo, esse é um dos vários sentidos, das várias possibilidades de entender a palavra trabalho que, por seu contexto dialético, torna-se capciosa para as ciências sociais em geral, num ordenamento com tais características, por isso mesmo, a ideia de interesses gerais e universais já não consegue mais exercer o papel de princípio totalizador destinado a compor, integrar e harmonizar os distintos interesses específicos, ela pode até continuar preservada teoricamente nos textos legais, mas já não tem mais o mesmo peso simbólico e funcional detido à época do advento do Estado democrático,(...) há um sistema de metabolismo social do capital, sistema de crescimento e aglutinação do capital pelo capital, que transpassa as relações e as transforma em relação social de produção, e geram as mediações de segunda ordem do trabalho que introduz elementos fetichizadores e alienantes de controle social metabólico, diverso à mediação de primeira ordem, interação instintiva entre coletividade, comunitarismo e autodeterminação. No entanto o capitalismo é um sistema tridimensional, pois envolve capital, trabalho e estado, comensadores metabolicamente e reprodutor do discurso do trabalho como valor de troca a partir do capital. (ANTUNES, 2018: 55)

Percebe-se que a tecnologia, de fato, abriu um leque de possibilidades a fim de que hábitos praticados ao longo da história humana crescessem de tal forma que modificaram as relações de negócios entre patrões e empregados. Não se pretende defender nesse capítulo qual tipo de relação é melhor ou pior, mas tão somente compreender os conceitos para, assim, analisar os impactos sociais dessas transformações.

Nesse ínterim, com a chegada dos aplicativos de serviços online que atuam na economia compartilhada, considerados um fenômeno econômico, já que surgiu em meio uma crise de desemprego que assume um caráter estrutural, temos uma otimização de tempo e um compartilhamento de dados que muda o

comportamento social dos indivíduos.

Esse impacto no comportamento social é perceptível com o surgimento em massa de comunidades virtuais, que aprenderam a potencializar seus negócios dentro da economia colaborativa, principalmente neste período pandêmico que o mundo está vivendo.

Para Ricardo Antunes, em sua leitura sobre as novas configurações do trabalho, vivenciamos o fato de que:

O trabalho se tornou mais desregulamentado, mais informalizado, mais intensificado, gerando uma dissociabilidade destrutiva no espaço de trabalho que procura dilapidar todos os laços de solidariedade e de ação coletiva, individualizando as relações de trabalho em todos os espaços onde essa pragmática for possível. (ANTUNES, 2018: 121)

Vale ressaltar que os trabalhadores mudaram a maneira de como consumir e de como interagir com as empresas de modo geral. De fato, o que existe e que sempre existiu é que o lucro vai para grandes empresas e a precarização para trabalhadores.

Eu falei em escravidão digital quando eu estava finalizando meu livro O Privilégio da Servidão. É o trabalho que está dentro dos algoritmos, dos celulares, dentro da IA [Inteligência Artificial], mas trabalha 10, 12 horas por dia, tem metas, chega em casa, vai trabalhar em casa. Sempre falo o trabalhador e a trabalhadora, pensando na divisão sociosexual, racial e étnica do trabalho, para compreender o que chamo de nova morfologia do trabalho. A uberização é uma modalidade que começou com o zero hour contract. Médico, advogado, cuidados, engenheiros e professores vão fazer qualquer trabalho. A uberização não atinge só trabalhadores de plataformas de automóveis, de motos e bicicletas. Tem médico uberizado, advogado uberizado, arquiteto uberizado, jornalista uberizado. E os teus direitos? Que direito? (ANTUNES, 2018: 26)

Nesse sentido, é aceitável a ideia de que o capitalismo se reorganizou, mantendo a exploração do trabalho dentro das especificidades das novas tecnologias, ou seja, apesar das mudanças, o capitalismo não perdeu sua essência, já que *mais lucro tem não quem produz, mas quem coordena os processos produtivos* (Antunes, 2018). Ou seja, o dono da marca apoiado em fatores propícios a esse novo mercado: sem propriedade física, criação de novos mercados via internet, sem barreiras físicas entre mercados, a vontade de o trabalhador ser empreendedor e a facilidade de contato direto entre consumidores e produtores.

1.3 OS IMPACTOS DA ECONOMIA COMPARTILHADA NO MERCADO

Os inúmeros setores das atividades econômicas reagiram bem com a chegada do capitalismo de plataforma. Pode ser visto como alguns setores, já consolidados, promoveram adaptações e inovações em curto espaço de tempo. Essa mudança de comportamento das organizações ficou bem explícita na empresa Uber que, por exemplo, em apenas em dez anos de existência registrou receitas superiores a US\$11 bilhões. Dados publicados no site da própria empresa ilustram isso (UBER, 2021):

Fatos

Indústria	Tecnologia
Fundação	Junho de 2010
Presença em cidades no mundo	+10 mil

Presença em idades no Brasil	+500
Presença em países	69
Funcionários no mundo	20 mil
Motoristas/entregadores parceiros no mundo	5 milhões
Motoristas/entregadores parceiros no Brasil	1 milhão
Usuários no mundo	103 milhões
Usuários no Brasil	22 milhões
Viagens/entregas por dia no mundo	12 milhões

Fonte: Site Uber, 2021

A própria Airbnb, objeto de pesquisa dessa dissertação, lucrou em 2018 cerca de US\$ 200 bilhões³ de acordo com o site Olhar Digital, tendo somente dez anos de atuação. Em 2019, alcançou a marca de meio bilhão de hóspedes.

Vale ressaltar que tanto no setor de transporte como no setor de acomodação, além de outros que ainda serão analisados nessa pesquisa, nota-se o investimento alto em tecnologia, uma alta popularização dos serviços e um potencial crescimento lucrativo do segmento.

À proporção que aumenta o número de plataformas digitais, interagindo na economia, crescem também os questionamentos acerca das tensões relativas aos seus formatos, fundamentos e objetivos. Essas plataformas são multiformes, isto é, têm grande expressão econômica, principalmente, no turismo, além de interferir diretamente com a dinâmica urbana.

³<https://olhardigital.com.br/2020/02/12/noticias/balanco-financeiro-do-airbnb>

As plataformas têm quatro características principais. A primeira é que não são empresas de internet ou tecnologia, mas entes que conseguem operar de qualquer lugar em que aconteça a interação digital. A segunda é que produzem e são dependentes dos efeitos em rede, tendo em vista que quanto mais usuários a plataforma tiver, mais valiosa será para todos. Contudo, isso gera um ciclo vicioso, no qual o aumento de usuários tende naturalmente à monopolização da atividade e ao aumento da quantidade de dados que consegue acessar. A terceira é o uso do subsídio cruzado, no qual enquanto uma parte da empresa reduz o preço do serviço ou do bem, chegando a oferecê-lo gratuitamente, a outra eleva os preços para compensar eventuais perdas. O objetivo da estrutura de preços das plataformas é atrair um grande número de usuários, para que se envolvam e acessem-nas frequentemente. A quarta é que as plataformas são projetadas para serem atraentes para os seus diversos usuários. Apesar de afirmarem ser um espaço vazio que deve ser preenchido pelos usuários, as plataformas têm políticas, sendo que as regras dos produtos e do desenvolvimento de serviços e as interações de mercado são definidas pelos proprietários da plataforma (SRNICEK, 2017: 163).

Nesse sentido, inúmeros fatores explicam a tamanha expressividade dessas práticas. A tecnologia é a que mais se destaca, porque amplia consideravelmente ao alcance de todos e permite criarem-se novos moldes de consumo e criação. Pode-se até inferir que não seja algo puramente novo essa operação entre particulares, porém as plataformas digitais intensificaram a visibilidade e o acesso numa proporção imensurável.

A economia de plataforma ainda é um elemento novo na literatura científica, principalmente no que diz respeito ao crescimento de oferta de hospedagem pelo sistema Airbnb, sendo assim o material bibliográfico ainda é bem escasso. Mas existem pesquisadores analisando os impactos negativos e positivos, as relações com meios tradicionais de hospedagem e suas consequências no espaço urbano. A análise de impactos positivos e negativos da Airbnb no setor de hospedagem será objeto de estudo deste trabalho, além de aspectos legais relacionados à regulação desse tipo de plataforma. Nesse mesmo viés, outros autores também irão agregar conhecimento e pesquisa nessa temática, relacionando o Airbnb com a intensificação e diversificação de usos do espaço urbano na modernidade.

A sociedade contemporânea, particularmente nas últimas duas décadas, presenciou fortes transformações. O neoliberalismo e a reestruturação produtiva da era da acumulação flexível, dotadas de forte caráter destrutivo, têm acarretado, entre tantos aspectos nefastos, um monumental desemprego, uma enorme precarização do trabalho e uma degradação crescente, na relação metabólica entre homem e natureza, conduzida pela lógica societal voltada prioritariamente para a produção de mercadorias, que destrói o meio ambiente em escala globalizada. (ANTUNES, 2000: 1)

Uma transformação, na forma de organização econômica, está ocorrendo. É o chamado capitalismo de plataforma, que, utilizando-se da confiança, da eficiência do serviço, de maior consciência de valores humanos e ambientais, disfarça a precarização das relações trabalhistas bem como impacta o espaço urbano tanto social como economicamente.

Muitos autores dividem o mesmo entendimento de que a flexibilização advinda da economia de compartilhamento é uma estratégia de mercado para captar cada vez mais trabalhadores desiludidos com o mercado formal. Estes investem em equipamentos tecnológicos, cumprem jornadas de trabalho desumanas, são submetidos aos riscos do negócio sem nenhuma seguridade, além de serem responsáveis por todos os custos. É possível perceber que com a sequência desses fatores o único caminho é a precarização.

Para Marx (2014), o discurso de flexibilidade do trabalho pode ser compreendido como uma estratégia de mercado para aumentar a captação da 'mais valia' do trabalhador, tirando o poder do trabalhador sobre o seu trabalho. Já para Antunes (2018), o trabalhador tornou-se um "escravo digital", que atua sem um contrato de trabalho, sem previsibilidade de horas a cumprir e sem direitos assegurados. Peck (2002), afirma que a romantização da flexibilização e sonhos realizados, gera um ressignificado ao trabalho flexível, tentando naturalizar a precariedade do trabalho transferindo os riscos e insegurança da organização para os trabalhadores.

Um setor que sofreu bastante os impactos da economia GIG foi o mercado de acomodação que sempre foi conduzido pelas grandes cadeias hoteleiras, como a PreferredHotels, o HyattHotels e Hilton. Com o surgimento da maior plataforma de economia compartilhada do setor, essas cadeias passaram a ter um concorrente significativo, já que cresceu subitamente. Segundo o site Gama Academy⁴:

Na primavera de 2014, a plataforma tinha 10 milhões de visitantes e 550.000 propriedades listadas em todo o mundo, além de uma avaliação de US\$ 10 bilhões - fazendo com que o Airbnb valesse mais do que players como Wyndham e Hyatt. A empresa recebeu US\$ 776,4 milhões de investidores como Y Combinator, Sequoia Capital, Keith Rabois, Andreessen Horowitz, Ashton Kutcher, Founders Fund e TPG Growth, em um total de sete rodadas de financiamento - a última delas levantou US\$ 500 milhões. (GAMA ACADEMY,2020)

Nesse cenário de mudanças, a inovação é a ferramenta mais significativa para as empresas concorrentes. O setor de Turismo, em especial, integra esse grupo de atividades em que a inovação representa um elemento importante para promover o seu dinamismo (KELLER, 2006).

O turismo continua sendo uma das atividades mais lucrativas da economia em todo o mundo. Esse setor não para de crescer e ganha cada vez mais espaço na participação do PIB mundial. Parayani afirma que:

[...] a competitividade está ligada diretamente aos aperfeiçoamentos tecnológicos principalmente com a internet, às exigências globais do mercado estão voltadas para diminuir os custos, aumentar vendas e conseqüentemente, melhorar a lucratividade. Diante dessas mudanças, organizações flexíveis se adaptam visando se atualizar frente aos novos mercados percebendo as principais mudanças e atentas às novas necessidades, configurando uma estratégia com o objetivo de obter maior vantagem dentro de seu nicho e assim adquirir maior rentabilidade [...] (PARAYANI; MASOUDI; CUDNEY, 2010 apud NOGUEIRA; KUHNEN; FIATES, 2016: 86).

⁴<https://site-v1.gama.academy/blog/marketing-digital/growth-case-airbnb/>, acesso em 10, 01,2021.

De acordo Buhalis e Law (2008), o viajante moderno deixou de planejar sua viagem por meio de uma agência de turismo. Atualmente, ele é protagonista nas escolhas e participa dos mínimos detalhes de seu pacote de viagem obtido pela internet em sites especializados.

A empresa Airbnb, de fato, modificou o modo de fazer viagens em todo o mundo. No entanto, o reflexo financeiro não atinge somente aos donos dessas empresas afetadas, mas sim, aos incontáveis trabalhadores dessas organizações. O impacto social-financeiro é incalculável.

À guisa de ilustração, podemos citar o caso da operadora de turismo britânica Thomas Cook, a mais antiga do mundo. Ela declarou falência em 2019, demitindo direta e indiretamente vinte e dois mil funcionários pelo mundo. A empresa britânica foi fundada em 1841 e tinha 178 anos. Segundo site G1⁵:

A Thomas Cook foi abalada por uma dívida de US\$ 2,1 bilhões, segundo a Reuters. O grupo registrou uma forte queda em seus negócios nos últimos anos, consequência da concorrência intensa dos sites de viagens como a Airbnb. Deirdre Hutton, presidente da Autoridade Britânica de Aviação Civil (CAA), disse à BBC que a Thomas Cook entrou em colapso porque falhou em modernizar sua abordagem a um mercado de turismo cada vez mais digital e "incrivelmente competitivo". (SITE G1, 2021)

Neste sentido, a tão aclamada economia digital, a economia flexível que trará ganhos altos ao trabalho, na verdade, só tem mostrado que o lado mais fraco continua a pagar caro ao capitalismo. Ricardo Antunes (2017) ratifica bem esse pensamento quando afirma que:

⁵<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/09/23/operadora-de-turismo-britanica-thomas-cook-declara-falencia-e-afeta-600-mil-clientes.ghtml>, acesso em 20/03/20.

Em pleno século XXI, mais do que nunca, bilhões de homens e mulheres dependem de forma exclusiva do trabalho para sobreviver e encontram, cada vez mais, situações instáveis, precárias, ou vivenciam diretamente o flagelo do desemprego. Isto é, ao mesmo tempo que se amplia o contingente de trabalhadores e trabalhadoras em escala global, há uma redução imensa dos empregos; aqueles que se mantêm empregados presenciam a corrosão dos seus direitos sociais e a erosão de suas conquistas históricas, consequência da lógica destrutiva do capital que, conforme expulsa centenas de milhões de homens e mulheres do mundo produtivo (em sentido amplo), recria, nos mais distantes e longínquos espaços, novas modalidades de trabalho informal, intermitente, precarizado, “flexível”, depauperando ainda mais os níveis de remuneração daqueles que se mantêm trabalhando. (ANTUNES, 2017: 15)

No site dessas operadoras de serviços digitais, é possível ler as falácias que prometem ao trabalhador uma liberdade financeira que nunca chegará, também é claro o posicionamento dessas marcas ser uma empresa de tecnologia sem qualquer vínculo empregatício, que ceifa o trabalhador de qualquer direito social adquirido em anos de luta. A própria Airbnb tem em site as *vantagens* de fazer parte dela:

A Airbnb tira partido da tecnologia para capacitar economicamente milhões de pessoas em todo o mundo, para que possam desbloquear e rentabilizar os seus espaços, paixões e talentos tornando-se empreendedores de hospitalidade. O mercado de alojamento da Airbnb dá acesso a mais de 6 milhões de espaços únicos estadias em quase 100.000 cidades e 191 países. Com as Experiências, a Airbnb oferece acesso sem precedentes a comunidades e interesses locais através de mais de 40.000 atividades únicas e artesanais geridas por anfitriões em mais de 1.000 cidades em todo o mundo. A plataforma de pessoas para pessoas da Airbnb beneficia todos os seus stakeholders, hóspedes, funcionários e as comunidades em que opera (AIRBNB, 2021).

A velocidade do crescimento da Airbnb ocorreu por conta das crises econômicas globais e as crescentes taxas de desemprego, forçando os viajantes a buscarem soluções mais baratas para viajar. Dentre os principais fatores de os usuários escolherem a Airbnb, podemos enumerar em ordem o menos custo, a

variedade de localização e a experiência única de compartilhar espaços e fazer novos amigos. Esses fatores, em verdade, são a engrenagem da economia compartilhada. Dentro dessa dinâmica, podemos utilizar, como base para uma curta reflexão sobre o tema, o que Ricardo Antunes escreveu:

Um universo em que a economia está sob comando e hegemonia do capital financeiro, as empresas buscam garantir seus altos lucros exigindo e transferindo aos trabalhadores e trabalhadoras a pressão pela maximização do tempo, pelas altas taxas de produtividade, pela redução dos custos, como os relativos à força de trabalho, além de exigir a “flexibilização” crescente dos contratos de trabalho. (ANTUNES, 2017:17)

O transporte foi outro setor bastante afetado que veio redemolar e popularizar o monopólio de carros particulares, os táxis. Em 2019, já empresa Uber, a maior do setor, já dispunha de US\$ 72 bilhões de valor de mercado e receita de US\$ 11 bilhões (UBER, 2019).

Assim com a Airbnb, a Uber traz a uberização, que cria um mundo desigual, um aumento na miséria de muitos e na riqueza de poucos e a construção de uma sociedade injusta e perversa que, de acordo com Rafael Zanatta:

Uberização é um conceito usado para designar esse tipo de economia, no qual você tem pares oferecendo um serviço ou um produto, uma relação de troca, mas, no meio, você tem um intermediário extraindo valor dessas partes e não estabelecendo uma relação de trabalho formal com elas”. Os donos das plataformas detêm, em média, 25% a 30% do valor dos serviços prestados, sem um contrato que assegure direitos trabalhistas. (ZANATTA, 2011: 23)

Já Scholz, há ainda outros fatores negativos na uberização:

A transformação desses serviços em verdadeiras commodities e, ainda, a invasão da privacidade em nível massivo dos usuários que, para baixar esses apps, são obrigados a aceitar contratos que têm, como contrapartida, o acesso dos seus dados pessoais. É ilegal a metodologia dessas plataformas que acabam tornando o Direito nulo. Nenhuma delas respeita relações pré-existentes dos setores onde prestam serviços (SCHOLZ, 2016:32).

Podemos observar no site da empresa um discurso inovador, “preocupado” com o trabalhador, prometendo independência financeira, propondo parceria e flexibilidade de tempo. De acordo com o site (2020):

Criamos oportunidades ao colocar o mundo em movimento. Quando as pessoas têm mobilidade, tudo é possível. As oportunidades surgem, as portas se abrem e os sonhos se tornam realidade. Essa tecnologia, com o toque de um botão, já possibilitou bilhões de conexões entre pessoas no mundo todo (UBER, 2019).

A empresa Uber é mais uma marca de plataforma que conecta motoristas-parceiros e usuários. Os motoristas utilizam seus próprios carros, intermediado pela plataforma, que cobra 25% do valor da corrida. Os valores das corridas são calculados de acordo com a distância, trânsito, impostos locais, tipo de veículo, entre outras variações.

A Uber nasceu como uma alternativa à crise econômica e um desmedido aumento do desemprego. Uma promessa de flexibilização absorveu uma massa de trabalhadores, tanto os desempregados em busca de alguma renda para a sobrevivência como aqueles trabalhadores que conciliaram seu tempo disponível para complementar renda.

A Uber não é um serviço de carona paga ou remunerada e sim uma empresa de Tecnologia que possibilita, por meio de seu aplicativo, que motoristas parceiros encontrem pessoas que precisam de viagens acessíveis e confiáveis. O

usuário chama um motorista parceiro, que o leva para o destino que ele deseja. A empresa alega não empregar nenhum motorista e não é dona de nenhum carro. A Uber vende a ideia de que é uma plataforma tecnológica para que motoristas parceiros aumentem seus rendimentos e para que usuários encontrem motoristas confiáveis e desfrutem de viagens confortáveis. No entanto, esse discurso é falacioso; prova disso é o reconhecimento judicial de motoristas enquanto empregado em processos em diversas partes da Europa.

Não há nessas plataformas nenhuma regulação referente à jornada, ao tempo trabalhado, ao local de trabalho, sindicalização ou treinamento. Dessa forma, esse dito trabalhador-parceiro precisa se autogerenciar, construir um contrato autônomo para si, isto é, criar mecanismos para sua proteção social: aposentadoria, auxílio-doença e seguro-desemprego, já que sua conta na plataforma pode ser desativada em qualquer momento sem nenhum suporte legal.

Para Degryse (2017), o uso dessa tecnologia é de extremo malefício à saúde do trabalhador. Ele vai afirmar que:

A irrupção tanto no ambiente de trabalho quanto na vida pessoal é outra característica do capitalismo de plataforma. Está cada vez mais difícil identificar a fronteira entre a vida profissional e vida privada. Assim, a intensificação do trabalho e a conexão excessiva com dispositivos ligados ao trabalho são susceptíveis de prejudicar o equilíbrio na vida e até prejudicar a saúde dos trabalhadores. (DEGRYSE, 2017: 28)

Afim de melhor ilustrar esse modelo de organização, ninguém melhor que o CEO da *Crowdfunder*, empresa que comercializa produtos diversos, uma gigante do varejo online. Ele afirma que:

Antes da internet, seria muito difícil encontrar alguém, sentar com ele por dez minutos, fazê-lo trabalhar para você e, em seguida, dispensá-lo

imediatamente. Mas com a tecnologia, você pode realmente encontrar essa pessoa, pagar-lhe uma pequena quantidade de dinheiro e, em seguida, livrar-se quando não precisa mais. (LUCAS BIEWALD, CEO DA CROWDFLOWER)

A invisibilidade do trabalhador é outro fator que merece destaque nesse processo de precarização do trabalho, pois as transações são feitas virtualmente, o que contribui para uma desumanização do trabalho, ademais, essas atividades muitas vezes não são consideradas profissões reconhecidas, mas tão somente bicos ou caronas.

Afim de melhor entendermos as diferenças entre um emprego tradicional e online, segue o quadro abaixo:

Quadro 1 – Diferenças no modelo de trabalho tradicional e via plataforma digital

	Modalidade de trabalho	
	Tradicional	Via plataforma <i>online</i>
Treinamento	Específicos para as necessidades da empresa/empregador.	Nenhum.
Estrutura das atividades	Definidos precisamente através de ordens diretas.	Tarefas micro definidas pelo requerente do serviço através da plataforma.
Localização do Trabalho	Sede do empregador.	Variável. Normalmente online.
Vínculo	Contrato de trabalho com o empregador/integração no organismo empresarial.	Nenhum. Atividade autogerida.
Duração do vínculo de trabalho	Meses/anos/ o tempo de vida do empregado (estabilidade)/ vinculação prolongada.	Horas, minutos ou segundos. No máximo dias.
Tomada de decisões	Hierárquicas/ Supervisão/ Avaliação.	Gerenciamento automático/ Avaliação Ex Post automática conforme opinião do requerente.
Relações de autoridade	De cima para baixo/ Comando e controle.	Gerenciamento automático.
Segurança	Do emprego/ Estabilidade/ Princípio da continuidade.	Pouca ou Nenhuma.
Remuneração	Ligada à longevidade da relação/ Pagamento por tempo de trabalho.	Definida por tarefa/ <i>pay-as-you-go.</i>

Jornada	Jornada fixada <i>ex ante</i> pelas condições de trabalho e pelo empregador (fixa, variável ou isento de controle).	Agenda flexível definida pelo trabalhador para cumprimento da tarefa no prazo estipulado.
---------	---	---

Fonte: Revista Valore, Volta Redonda, 5 (edição especial): 206-230., 2020

Vale ressaltar que a economia do compartilhamento é formada por organizações comerciais e não por organizações sem fins lucrativos. Em suma, a oferta de trabalho, com lucros inimagináveis, sem subordinação, ou seja, ser empregador de si mesmo com altos ganhos é, sem sombra de dúvidas, uma falácia da representação diversa de iniciativas de comércio ao redor do planeta. Antunes infere isso quando afirma que:

De um lado deve existir a disponibilidade perpétua para o labor, facilitada pela expansão do trabalho on-line e dos “aplicativos”, que tornam invisíveis as grandes corporações globais que comandam o mundo financeiro e dos negócios. De outro, expande-se a praga da precariedade total, que surrupia ainda mais os direitos vigentes. Se essa lógica não for radicalmente confrontada e obstada, os novos proletários dos serviços se encontrarão entre uma realidade triste e outra trágica: oscilarão entre o desemprego completo e, na melhor das hipóteses, a disponibilidade para tentar obter o privilégio da servidão. Um grupo cada vez mais minoritário estará no topo dos assalariados. Entretanto, a instabilidade poderá levá-lo a ruir em face de qualquer oscilação do mercado, com seus tempos, movimentos, espaços e territórios em constante mutação. A esses se somam ainda uma massa de “empreendedores”, uma mescla de burguês-de-si-próprio e proletário-de-si-mesmo. (ANTUNES, 2017: 21)

Vale observar que partindo do ponto de vista do táxi, que sofreu grande abalo com o surgimento desse novo modelo, a Uber é lesiva à sociedade. O taxista quando recebe uma corrida, parte do dinheiro vai para a companhia para a qual ele dirige e esta, muitas vezes, paga impostos para a cidade, de modo que dinheiro recolhido beneficia a economia local, porém sendo o pagamento feito ao motorista da Uber, o próprio deverá recolher os impostos, não sendo responsabilidade da empresa.

Slee afirma que:

Pode acontecer o que for com a porção de impostos do motorista, a fatia da empresa é isenta de taxaço. Como acontece com muitas companhias digitais, a Uber estabeleceu filiais ao redor do mundo. A filial do Canadá, não paga impostos porque não tem ingressos, se você pega um carro naquele país, o pagamento em cartão de crédito vai para a Uberbv, por razões tributárias, opera na Holanda. A Uberbv tem uma montanha de receitas, mas não faz lucro, sendo assim não paga impostos. As licenças de propriedade intelectual não são tributadas na Holanda, ou seja, a Uber internacional é mais uma que opera sem recolher impostos e pode transferir todo o dinheiro para a sede da empresa, nas Bermudas. A pilha de dinheiro da Uber nas Bermudas não é enviada para os Estados Unidos, porque a corporação não quer pagar tributos de pessoa jurídica. Esse esquema, chamado de “Duplo Holandês”, devido às duas subsidiárias na Holanda, mostra o quão longe a companhia está disposta a ir para evitar pagar contribuições nas cidades onde presta serviços. (SLEE, 2017: 58)

Diante de tantas constatações, indaga-se: por que tantas pessoas migram para a economia de compartilhamento se o pagamento é tão baixo? A resposta é óbvia. Qualquer coisa é melhor do que o desemprego e se o indivíduo possui um bem, como um carro, por exemplo, que pode ser convertido em renda, porque não trabalhar? Isso assinala que a falta de opção fortalece ainda mais a precarização do trabalho. Todavia, vivemos numa sociedade possuidora de leis e regulações, que protegem os trabalhadores. Essas normas que regem o sistema não podem ser feridas por organizações, seja nacional ou estrangeira, que visam tão somente o lucro.

Em poucos anos, a economia do compartilhamento passou da generosidade para a escassez dos valores sociais, o que havia começado como um apelo à comunidade tornou-se a expansão de lucro e dos valores do livre mercado sobre nossas vidas.

O Estado é omissor na questão da regulação e fiscalização. Podemos destacar problemas na proteção ao trabalhador e ao consumidor, pois a

concorrência é desleal, já que o setor de acomodação não tradicional, muitas vezes, evita o cumprimento de normas de saúde e segurança e prestação de serviços adequados para deficientes, enquanto o setor de acomodação convencional é forçado a gastar consideráveis recursos na implementação e documentação de adesão para esses padrões.

Também podemos citar a questão da elisão fiscal, que, mais uma vez, pode ser vista como criadora de concorrência desleal. A ausência de uma regulamentação estatal na economia compartilhada causa incerteza e insegurança aos trabalhadores. Além disso, existem diferenças fundamentais em termos de definição onde a economia compartilhada pode ou deve atuar. A questão sobre o que constitui privado versus comercial, por exemplo, é uma questão a ser pensada. Pode o aluguel de uma casa ou apartamento inteiro, via Airbnb, por exemplo, (ou mesmo de mais de uma dessas casas ou apartamentos) ser considerado um –“hotel arranjado”, ou há necessidade de ser regulamento sob o domínio de uma empresa comercial? A iniciativa privada deve ser restrita apenas ao contexto de uma casa que é totalmente compartilhada com o anfitrião ou a um quarto privado dentro da acomodação do anfitrião?

Do ponto de vista comercial, o aluguel de uma casa ou apartamento inteiro por um anfitrião, que vive permanentemente em outro lugar, não era considerado diferente de administrar um negócio de acomodação convencional, no entanto, essa atividade deveria ser regida pelos mesmos requisitos regulamentares que também se aplica para o serviço de acomodação tradicional. As empresas de compartilhamento, como a Airbnb, possuem natureza ilegal e suas operações devem ser regulamentadas pelo governo.

Os estudos apontam para um crescimento do mercado não regulamentado que cria uma competição desigual, pois a plataforma de compartilhamento de acomodação é muito menos regulamentada. Representantes da indústria, por exemplo, percebem o Airbnb como uma ameaça, alegando que o crescimento do setor informal de acomodação colocará em risco futuro da demanda de abastecimento convencional e irá contribuir para um declínio das receitas e das

taxas de ocupação. O Airbnb é responsável por um aumento imensurável de demissões dos empregos diretos na rede hoteleira, causando um impacto social e econômico negativo na vida dos trabalhadores.

2. A ORIGEM, A PLATAFORMA, A AIRBNB

A história da empresa de compartilhamento AirBnB (Air, Bed and Breakfast), que hoje vale 1 bilhão de dólares, começou em 2007 com dois os amigos de faculdade, Joe Gebbia e Brian Chesky, que estavam compartilhando um pequeno apartamento em São Francisco. Como os dois, naquele momento, encontravam-se desempregados e sem condições para pagar o aluguel, eles tiveram um *insight* durante uma conferência de design industrial e conseguiram uma forma de fazer dinheiro extra, já que todos os hotéis da cidade estavam esgotados.

A ideia foi a seguinte: dispuseram três colchões de ar na sala e alugaram para os participantes da conferência, que não tinham conseguido vaga em lugar algum por \$ 80 por noite (hoje, aproximadamente 455 reais). Perceberam, nessa hora, uma grande sacada, ou seja, uma oportunidade de começar um negócio bem lucrativo.

O Airbnb nasceu em 2007, quando dois anfitriões receberam três hóspedes em sua casa em São Francisco. Hoje, conta com 4 milhões de anfitriões que já receberam mais de 1 bilhão de hóspedes em quase todos os países do mundo. Todos os dias, os anfitriões oferecem acomodações e experiências únicas, que possibilitam aos hóspedes vivenciar o mundo de uma forma mais autêntica e conectada. (AIRBNB, 2021)

Logo, contrataram o programador chamado Nathan Blecharczyk, a fim de criar um website que conectasse os habitantes locais com espaço ocioso em casa

e viajantes que precisassem de um lugar para ficar. Assim, nasceu a Airbnb (Salter, 2012).

Em 2008, Gebbia, Chesky e Blecharczyk conseguiram um financiamento e levantaram os primeiros \$ 20.000 (cerca de 113,000 reais). Em abril de 2009, eles receberam um investimento inicial de \$ 600.000 (Austin, 2011). Em 2010, eles reservaram 700.000 noites e lançaram um aplicativo para *iPhone* (Shontell, 2010). A empresa estabeleceu seu primeiro escritório internacional na Alemanha em maio de 2011 (Bradshaw, 2011) e arrecadou um adicional de \$ 112 milhões alguns meses depois (Austin, 2011). Em agosto de 2014, a empresa anunciou o acordo de uma nova rodada de financiamento em US \$ 475 milhões, colocando a avaliação da empresa em US \$ 10 bilhões (Austin, 2014). Segundo dados da própria empresa (Airbnb, 2021), em 2021 a empresa tem:

5,6 milhões de anúncios ativos em todo o mundo até 31 de março de 2021, mais de 100 mil cidades com anúncios ativos no Airbnb até 20 de setembro de 2021, mais de 220 países e regiões possuem acomodações do Airbnb até 30 de junho de 2021, 1 bilhão de chegadas de hóspedes no Airbnb até 20 de setembro de 2021, mais de 4 milhões de anfitriões no Airbnb, até 30 de junho de 2021, mais de US\$ 110 bilhões em ganhos para anfitriões até outubro de 2020; US\$ 9.600 em ganhos médios anuais por anfitrião (AIRBNB, 2021)

Neste sentido, a plataforma Airbnb, atualmente, opera como um mercado digital para pessoas que buscam acomodações. O Airbnb conecta viajantes com os anfitriões da plataforma que querem alugar suas casas ou outras propriedades. Para os hóspedes, o Airbnb oferta opções de hospedagem temporária de baixo custo. Para os anfitriões, o Airbnb é uma forma de ganhar dinheiro.

Na prática, os anfitriões podem disponibilizar seus espaços gratuitamente na plataforma, tendo acesso a um calendário online onde podem definir a disponibilidade do local. Além disso, podem divulgar da melhor forma o seu espaço, colocando fotos, regras, diretrizes, preços e comodidades. O potencial hóspede pode se inscrever com facilidade, procurar um alojamento

adequado, de acordo com o número de hóspedes, faixa de preços e datas. Uma vez encontrada a listagem adequada, o hóspede pode solicitar uma reserva ou reservar imediatamente. Quando o anfitrião confirma, o hóspede pode pagar com cartão de crédito e estar pronto para a viagem.

Inicialmente, os criadores estipulavam preços, ou melhor, um valor limite para a diária da hospedagem. No entanto, com o crescimento exponencial da plataforma, concluiu-se que não tinha necessidade disso, já que as expectativas dos usuários podiam variar, por esse motivo, essa condição foi logo removida (Botsman & Rogers, 2010).

O valor cobrado aos anfitriões pela plataforma é 3% em cima do valor de cada transação e os hóspedes pagam uma taxa entre 9% a 12% em cima do valor da reserva (Airbnb). Há também um sistema de reputação online, adotado pela plataforma, onde o hóspede pode saber de outros hóspedes que tiveram em determinada hospedagem se a limpeza, a localização, entre outras coisas, está de acordo com suas preferências. Da mesma forma, é possível para os anfitriões avaliarem o comportamento de seus hóspedes, tudo isso, em via dupla, fica registrado na plataforma. É o chamado sistema de confiança. Para Guttentag, 2019:

As características da plataforma Web 2.0 da Airbnb permitem que a confiança seja estabelecida entre os anfitriões e hóspedes, principalmente por meio das informações providas pelo recurso de revisão ou feedback, ou seja, ambos possuem o direito de postar pública e reciprocamente suas opiniões a respeito das transações realizadas. A confiança entre anfitriões e hóspedes também é promovida pela troca de mensagens diretas e pelas informações pessoais e fotografias contidas nos perfis dos usuários (GUTTENTAG, 2019: 45).

O pagamento é feito integralmente pelo hóspede ao Airbnb no momento da reserva. De acordo com o site da Airbnb (2021):

Assim que o anfitrião aceitar o pedido, ou se fizer uma Reserva Instantânea, você receberá uma cobrança na forma de pagamento assim que a reserva for confirmada (exceto pelos depósitos de segurança). Se você escolher um plano de pagamento, pagará uma parte do total quando a reserva for confirmada e o saldo restante será cobrado automaticamente na data (ou datas) informada no checkout. Não importa quando a reserva começa — sempre retemos o pagamento por 24 horas após o check-in antes de liberá-lo ao anfitrião. Assim, você e o anfitrião têm mais tempo para garantir que tudo esteja conforme o esperado. (AIRBNB, 2021)

A confiança, como já foi citada no capítulo anterior, possui muita importância para estes tipos de negócio, como é o caso da Uber, Blablacar e outras. É necessário que a plataforma reforce suas políticas de segurança para ambos os lados. Para o hóspede, com formas de reembolso, caso ocorra alguma incoerência com as descrições das acomodações e para o anfitrião caso ocorra danos materiais. No site Airbnb (2021) a política de segurança é chamada de depósito de segurança e, assim, é explicada:

Se o Airbnb exigir um depósito de segurança para sua reserva e ela for confirmada, uma retenção do valor do depósito será pré-autorizada na sua forma de pagamento 48 horas antes do início da reserva. A cobrança não será efetuada, mas você só poderá acessar esse dinheiro após a liberação da retenção. A reserva estará sujeita a cancelamento se não conseguirmos reter o valor com uma pré-autorização na sua forma de pagamento — portanto, é importante garantir que ela seja válida e tenha saldo suficiente. Se não pudermos pré-autorizar a retenção do valor do depósito de segurança, você receberá uma notificação por email e terá 12 horas para tentar usar outra forma de pagamento. Se isso não funcionar, cancelaremos sua reserva e você receberá o reembolso. Se não ocorrer nenhum dano à propriedade durante a estadia, liberaremos a retenção no seu cartão após o checkout. Isso acontecerá até 14 dias após o checkout. (AIRBNB, 2021)

Outro ponto interessante e vale a análise é que apesar da plataforma se autointitular como uma empresa voltada para o mercado de comunidade baseada na confiança e preocupada com o bem-estar de seus usuários, podemos notar pelos números estatísticos da própria empresa que se trata de uma instituição altamente lucrativa, que gera lucros e promove a

comercialização e mercantilização de espaços residenciais e obstruiu regulamentação dos seus negócios sem expansão. Para Smith (2006)

O desenvolvimento imobiliário urbano – a gentrificação em sentido amplo – tornou-se agora um motor central da expansão econômica da cidade, um setor central da economia urbana. No contexto de um mundo recentemente globalizado, a “regeneração urbana” – representa uma estratégia central na competição entre as diferentes aglomerações urbanas. Assim como na globalização, estamos em presença de uma espécie de anônima lógica econômica, e a oposição a uma tal transformação global e urbana terá um papel crucial na orientação que tomarão os novos espaços. (SMITH, 2006:85)

De fato, a plataforma não possui uma estrutura voltada, para o bem-estar social, mas tão somente uma natureza predatória preocupada com o lucro. Diferente do discurso da maioria das GIGs que falam em sustentabilidade, em oportunidade de ser empreendedor ou patrão de si mesmo, o Airbnb foi gerado para lucrar, uma fonte de renda com regras comerciais que vão de encontro com a filosofia defendida nas empresas de compartilhamento. O que podemos concluir é que o Airbnb alcançou o sucesso, a almejada renda extra do projeto inicial. Entretanto, de acordo com a própria empresa, desde sua fundação, o Airbnb gerou 65 bilhões de dólares. (AIRBNB, 2019)

2.1 A MOTIVAÇÃO DOS USUÁRIOS E O SUCESSO DO AIRBNB

Mas porque cresceu tanto? O que motiva os hóspedes a preferir ficar nas acomodações do airbnb e não mais nos tradicionais hotéis? É evidente que haja inicialmente uma desconfiança sobre o êxito de um negócio em que o seu lar é oferecido para um completo estranho, vindo de qualquer partedo mundo.

Para os fundadores desse negócio essa foi exatamente a peça chave da

questão, do sucesso. Segundo Gebbia (2016), quando se tá hospedado na casa de outra pessoa, o anfitrião tratará o hóspede com o cuidado de alguém próximo, o hóspede deve se sentir em casa, literalmente e irá recompensar seu anfitrião zelando e cuidando do seu lar. Além disso, tem-se a oportunidade de experimentar os benefícios agregados, como conhecer novas pessoas e ganhar dinheiro extra. (Botsman & Rogers, 2010: 26).

Uma inovação disruptiva. Essa é a definição dada pelo estudioso Daniel Guttentag para definir a ascensão e o sucesso do Airbnb. Para Guttentag (2019):

A chamada Teoria da Inovação Disruptiva foi proposta pela primeira vez por Clayton Christensen. A teoria descreve um processo pelo qual um produto ou serviço cria raízes inicialmente em aplicativos simples na base de um mercado e, em seguida, move-se inexoravelmente para cima, eventualmente substituindo concorrentes estabelecidos. Essa descrição se encaixa perfeitamente no caso da Airbnb, que obteve sucesso graças a dois fatores: o modelo de negócio inovador da empresa baseado na internet e seu apelo único aos turistas. (GUTTENTAG, 2019: 2)

Guttentag também cita a escritora Leigh Gallagher, que escreveu o livro “A História da *Airbnb*”, publicado em 2017 pela editora *Houghton Mifflin Harcourt*. Ambos dividem a opinião de que duas razões principais são responsáveis pelo sucesso da empresa. O primeiro é a causa econômica, onde o Airbnb oferece uma forma para pessoas físicas ganharem dinheiro com suas casas e uma maneira muito mais acessível de viajar para os hóspedes. Enquanto o segundo motivo principal se deve a uma experiência de viagem diferente e autêntica. Algo maior do que preços baixos e abundância de estoque disponível (Gallagher, 2019: 4).

A plataforma é, portanto, definida por seis motivações que são significativamente consideradas antes de escolher uma lista. O primeiro fator

é o preço. O baixo custo do Airbnb deve ser considerado como a motivação mais forte que leva as pessoas a fazerem reservas no Airbnb ao invés de acomodação em hotel. A conveniência da localização é a segunda motivação. A possibilidade de permanecer em bairros residenciais fora dos roteiros turísticos torna-se um benefício colateral, também pela presença de serviços práticos como supermercados, lojas e restaurantes.

A terceira motivação diz respeito aos benefícios para a casa. Nesse caso, existe a possibilidade de usar utensílios domésticos e ter muito mais espaço, algo que está ausente em um quarto de hotel comum. Considerada uma razão mais fraca de escolha, a autenticidade local pode ser vista como a vontade de viver uma experiência de “bastidores”, algo autêntico e único. Smith (2006) enumera as mudanças ocorridas nos locais em que surgiu o processo de gentrificação em três etapas clássicas:

1) A primeira onda: gentrificação esporádica A primeira onda consiste na ocupação de uma centralidade desvalorizada pelo mercado imobiliário por pessoas de classe média. Estas pessoas mudam-se pelos baixos preços dos aluguéis e pela facilidade em encontrar serviços e infraestrutura. São pessoas que buscam adequar-se ao modo de vida urbana dito alternativo, algo que antes da década de 1970 já configurava status e imagem de cidade contemporânea.

2) A segunda onda: consolidação da gentrificação A segunda onda, diferentemente da primeira, tem como protagonista o mercado imobiliário, e não a classe média. O mercado imobiliário em conjunto com incentivos públicos e privados, ou as chamadas “aliança público privadas” mudam o caráter da gentrificação. Eles apostam nessa localidade, tentando moldar nela uma nova centralidade urbana enquanto ainda não é uma área visada. Na teoria dos investimentos, isto implica na geração de lucro quando ocorre compra de imóveis ou terrenos por um preço relativamente baixo, para que, em seguida, quando as condições do local fossem melhoradas, ocorresse a venda a preços altos.

3) A terceira onda: gentrificação generalizada Esta onda é denominada de “generalizada”, tal ocorre, pois o efeito gentrificador é estendido, configurando uma ampliação para além dos limites geográficos da metrópole. Passa a fazer parte não apenas de uma anomalia local e passa a ser alvo de investimentos de marcas e corporações internacionais, principalmente de jovens executivos de classe média. Além dos imóveis de uso residencial, todos os estabelecimentos comerciais da região passam a ser valorizados e há o estabelecimento de marcas de comércio globais com as quais a classe média se identifica. Assim ocorre uma mudança na paisagem urbana, visível e

característica do enobrecimento gerado pela gentrificação, solidificando-a. As principais características dessa fase são a gentrificação do lazer, consumo e emprego. Tornando-se assim a cidade, um polo de disputa intercidades. (SMITH, 2001: 45)

É notório dizer que o mercado baseado na Internet foi primordial para o sucesso do Airbnb. No entanto, o conceito que está na base do Airbnb não é novo, na verdade, as pessoas sempre pediram a alguém um lugar para ficar. A diferença está em colocar esse conceito ao alcance de milhões de usuários. E foi exatamente o que a empresa fez, proporcionou a interação entre os anfitriões e hóspedes, característica que falta no setor de hospedagem tradicional (Guttentag, 2019).

Enfim, o sucesso disruptivo da Airbnb pode ser visto por meio de três lentes, a primeira relacionada ao contexto econômico em que a plataforma surgiu, a segunda diz respeito ao contexto social e cultural de crescimento, enquanto a última é sobre a tecnologia.

Vale também dizer que existe uma facilidade de se inserir na plataforma, por ser enorme, a lista de acomodações. Não há muito esforço para se tornar um microempreendedor, sendo apenas necessário publicar fotos e descrições da sua acomodação, conversar com potenciais hóspedes e, finalmente, aceitar pagamentos e reservas de qualquer parte do mundo. O anfitrião pode, ainda, escolher se aceita ou não uma reserva, o que confere maior autonomia e segurança no compartilhamento de seus espaços. Para Guttentag (2019), isso estimula cada vez mais usuários a se registrarem como anfitriões.

O preço ou outros benefícios econômicos aparecem como um fato motivacional para os consumidores de serviços de alojamento nos estudos científicos relacionados pelos autores, listados algumas vezes como principal motivação, outras vezes não tão relevantes para a escolha. Fatores como autenticidade, interação com os locais e demais benefícios sociais, sustentabilidade, localização, amenidades e espaço domésticos são as outras principais motivações, que se revelam importantes para a preferência pelo consumo colaborativo para alojamento local (Guttentag, et al.,2019: 12).

Realmente, poder desfrutar de um ambiente doméstico durante uma viagem e, ainda, aproveitar os benefícios financeiros é, de fato, um atrativo motivacional. Mas, infelizmente, não só de ganhos, essa proposta é feita. Existe um preço social a pagar, mas isso será discutido posteriormente.

Vamos entender melhor esse leque de opções listado na plataforma. De acordo com o site⁶ (2021):

Os anfitriões no Airbnb oferecem uma grande variedade de acomodações, desde quartos compartilhados até ilhas particulares. Existem quatro tipos de acomodações: lugares inteiros, quartos inteiros, quartos de hotel e quartos compartilhados.

Lugares inteiros são recomendados para quem procura uma casa acolhedora quando se está longe da sua. Em um lugar inteiro, você terá o espaço todo só para você. Geralmente, esse tipo de acomodação conta com quarto, banheiro, cozinha e entrada separada e exclusiva. Os anfitriões devem indicar na descrição se estarão na propriedade ou não (por exemplo: "O anfitrião ocupa o primeiro andar da casa") e fornecer mais informações sobre a acomodação.

Quartos inteiros são ótimos para quem prefere um pouco de privacidade, mas deseja conhecer pessoas do local. Ao reservar um quarto inteiro, o quarto será só seu, mas você poderá compartilhar áreas comuns com outras pessoas. Talvez você precise passar por espaços internos ocupados pelo anfitrião ou outros hóspedes para ir ao seu quarto.

Os quartos de hotel, privados ou compartilhados, oferecem o nível de serviço e a hospitalidade associados aos hotéis tradicionais. Os quartos estão disponíveis em hotéis boutique ou lifestyle, albergues, pousadas e propriedades semelhantes. De modo geral, há áreas comuns mais animadas e os quartos têm um estilo único.

Quartos compartilhados são recomendados para quem não se importa em dividir o espaço com outras pessoas. Ao reservar um quarto compartilhado, você estará dividindo tanto o quarto quanto o espaço como um todo com outras pessoas. Eles são ideais para os viajantes mais flexíveis, que querem fazer novos amigos e economizar na estadia (AIRBNB, 2021).

⁶<https://www.airbnb.com.br/help/article/5/como-faço-para-escolher-o-tipo-de-acomodação>, acesso em 04/02/2021.

Além dessas opções citadas no site da empresa, existem ainda as ramificações, ou seja, as inúmeras opções dentro de um mesmo item. Em lugares inteiros, por exemplo, existe apartamento, casa, *loft* com cama e café da manhã. Apartamentos e casas dominam todos os mercados. Há também as opções de novidades, como castelos, barcos e vilas, porém são raras.

O Airbnb dispõe de mais quartos do que muitos dos maiores grupos de hotéis do mundo (Hilton, InterContinental e Marriott), cada um mantendo pouco menos de 700.000 quartos. Em suma, o Airbnb tem o maior número de quartos sem ter colocado um tijolo.

O preço é outro fator motivacional e principal causa da ascensão da economia compartilhada. O Airbnb é, em média, bem mais barato do que as redes de hotéis. Os quartos compartilhados do Airbnb e os quartos de hotel econômicos custam praticamente o mesmo. Os quartos privados custam aproximadamente o mesmo que os quartos de hotel de preço médio.

2.2 OS USUÁRIOS DO AIRBNB

Uma vez que as razões econômicas e culturais por trás do rápido crescimento do Airbnb foram detalhadas, podemos agora delinear as principais características dos hóspedes e anfitriões do Airbnb. Para Guttentag (2019):

A maioria dos usuários escolhe o Airbnb devido à sua filosofia ou porque o dinheiro gasto vai para a população local. Essa motivação foi definida como o ethos da economia compartilhada. Trata-se da intenção de estabelecer interações com os anfitriões locais, buscando obter dicas e recomendações sobre o local. Outros usuários do Airbnb desejam principalmente usar o serviço por causa de suas vantagens práticas (baixo custo, conveniência de localização, benefícios em casa), enquanto as características experienciais resultam em ser secundárias (autenticidade local e novidade). (GUTTENTAG, 2019: 35).

Guttentag (2019) define cinco tipos de usuários do Airbnb. Estes são os seguintes: economizadores de dinheiro, buscadores de casa, consumidores colaborativos, buscadores de novidades pragmáticos, buscadores de novidades interativos:

Os poupadores de dinheiro escolhem o Airbnb principalmente pelo seu baixo custo e usam o serviço como um substituto para hotéis e pousadas. Além disso, eles tendem a ser jovens.

Os buscadores de casa usam o Airbnb principalmente para se beneficiarem de comodidades para a casa e um grande espaço. Eles tendem a ser mais velhos, ficam no Airbnb com a família e usam-na para viagens longas. Além disso, eles costumam reservar um apartamento inteiro.

Os consumidores colaborativos usam o Airbnb para promover o ethos da economia compartilhada, a interação com os locais e experiências únicas. Eles tendem a ser mais velhos ou a serem mochileiros. Além disso, eles costumam ficar em acomodações compartilhadas, como quartos privados ou compartilhados.

Os pragmáticos que buscam novidades escolhem o Airbnb por causa da novidade do serviço, sua singularidade e peculiaridade. Costumam ser jovens, vão acompanhados e usam-no para estadias curtas. Além disso, eles costumam ficar em apartamentos inteiros.

Os buscadores de novidades interativos, em vez disso, usam o Airbnb em ou- der para estabelecer interações com os hospedeiros. Costumam ser mochileiros, vão acompanhados e usam-no para estadias mais curtas. Além disso, costumam ficar em acomodações compartilhadas (GUTTENTAG, 2019:34)

Já em relação aos tipos de anfitriões que costumam disponibilizar suas acomodações, é possível delinear e descrever quatro perfis. De acordo com o sociólogo Javier Gil⁷, os anfitriões podem ser agrupados em anfitrião ocasional, anfitrião constante, anfitrião profissional, anfitrião investidor. Os dois primeiros foram incluídos em um modelo econômico peer-to-peer, enquanto os dois últimos em um modelo econômico profissional. Para Gil

⁷ Professor de Sociologia, I-Communitas: Instituto de Pesquisa Social Avançada, da Universidade Pública de Navarra. Suas linhas de pesquisa estão centradas na Sociologia do Fato Religioso e na Teoria Sociológica, especificamente nas formas como a religiosidade se articula no contexto atual e na análise das formas sociais extremas que adota em diversas ocasiões.

(2018):

O anfitrião ocasional costuma alugar ocasionalmente um ou dois quartos de seu apartamento. Ele tende a alugar sua casa especialmente durante feriados nacionais ou grandes eventos. A gestão do local costuma ser improvisada e pouco profissional. O objetivo do anfitrião é ganhar dinheiro extra sem administrar profissionalmente sua casa.

O anfitrião constante costuma ter um ou dois apartamentos disponíveis no Airbnb. A gestão dos apartamentos é bem organizada, muitas vezes contando com um co-anfitrião e pessoal de limpeza e manutenção. O objetivo do anfitrião é obter um fluxo econômico constante, configurando os seus apartamentos como alojamento turístico.

O anfitrião profissional é considerado uma evolução do anfitrião constante, aliás, para além de gerir os seus apartamentos, gere apartamentos para terceiros. Normalmente, esse tipo de hospedagem possui entre 3 e 20 apartamentos. Claro que, neste caso, a gestão é profissional e o principal objetivo é aumentar os lucros.

O Investidor anfitrião é o último tipo e costuma disponibilizar mais de 20 apartamentos, podendo em alguns casos chegar a 200. Devido ao grande número de ofertas oferecidas, muitas vezes os apartamentos são geridos por empresas profissionais de alojamento turístico. (GIL, 2018:23)

Pode-se notar que esse negócio é rentável e que as pessoas, cada vez mais, irão buscar comodidade, como baixo custo, localização e benefícios do lar que estão completamente ausentes no mercado de alojamento tradicional. Isso significa dizer que o processo de gentrificação só tende a aumentar. Uma questão que iremos abordar ainda nesse capítulo.

2.3 AIRBNB: O IMPACTO NAS CIDADES

2.3.1 O Airbnb como uma ameaça à rede hoteleira.

A polêmica de o Airbnb é uma possível ameaça aos hotéis tem sido frequentemente abordada na mídia, em redes sociais, em jornais, revistas e periódicos comerciais. A discussão acerca de a empresa ser considerada concorrente do setor hoteleiro gera diferentes opiniões. Se por um lado, o Airbnb tem um impacto negativo sobre hotéis, tendo vantagem injusta criada pelas implicações do serviço. Já que os hotéis tradicionais têm que cumprir com os regulamentos e taxas, por exemplo, de incêndio, de segurança, agora até o cumprimento dos protocolos de biossegurança por conta da pandemia do covid-19 que assola o planeta, que envolvem formalidade do negócio. Esse é o principal motivo pelo qual o Airbnb pode oferecer acomodações a preços mais baixos.

Por outro, há quem diga que o Airbnb é irrelevante para a indústria hoteleira por ser um produto fundamentalmente diferente dos hotéis de marca. O Airbnb busca atrair o lazer aventureiro de viajantes que não se importam com as vantagens tradicionais, como opções de refeições no quarto ou o hotel com academia.

2.3.2 O impacto da Airbnb nas cidades

Antes de examinar o impacto do Airbnb nas cidades, seria importante apresentar o impacto do turismo nas cidades. A quantidade de pesquisas e livros referentes a este campo é ilimitada, por isso na primeira parte do parágrafo será fornecida uma explicação geral do fenômeno. Posteriormente, uma investigação mais profunda sobre o impacto do Airbnb será realizada.

O turismo de massa envolve não apenas as pessoas, mas também gera uma série de serviços periféricos que definem e organizam uma indústria de turismo. Assim, a indústria do turismo origina ocupação, infraestruturas e serviços que são o núcleo de tudo. O surgimento deste tipo de indústria ao longo dos anos gerou um forte impacto nas cidades e comunidades locais, produzindo um ambiente urbano adaptado ao turista,

algo que antes não era pensado para recebê-los. Mário Carlos Beni, em seu livro *Análise estrutural do turismo (2007)*, ilustra bem isso:

As cidades são vendidas como qualquer outro produto de consumo. Cada cidade tenta se projetar como um único lugar maravilhoso para se visitar, onde um fluxo incessante de eventos se desenrola constantemente. Se ainda não existe uma infraestrutura que atraia e atenda às necessidades dos turistas, ela deve ser construída. Uma vez que isso não pode ser deixado ao acaso, os governos estão inevitavelmente envolvidos na coordenação, subsídio e financiamento da transformação do ambiente urbano. (BENI, 2007:101)

Essa afirmação explica claramente a importância que o turismo assume para as cidades, tanto do lado econômico quanto do urbano, e, inclusive, destaca que a transformação do ambiente urbano para acomodar o turismo é uma característica fixa da economia política das cidades.

Então, é possível deduzir que os atores mais importantes nas cidades turísticas em relação à indústria, à comunidade local e ao governo local são os turistas. A estreita ligação entre esses três grupos é a única capaz de equilibrar o impacto do turismo nas cidades.

Devido aos grandes fluxos de turistas nas cidades que não estão preparadas para receber grande quantidade deles, o impacto nas comunidades locais pode desequilibrar a economia local, criando um contraste. Por isso, o papel dos governos locais é extremamente relevante na coordenação e na regulação da indústria do turismo.

O impacto econômico do turismo pode ser visto como o mais evidente, pois quando os turistas visitam as cidades gastam dinheiro, revitalizando áreas específicas da cidade, gerando empregos e valorizando os imóveis. Sem dúvida, as consequências do fenômeno costumam também gerar efeitos negativos que afetam a esfera social e urbana das cidades. De acordo com Jacques (2009):

As relações entre espaço público e imagens da cidade contemporânea passam hoje inevitavelmente pelo processo de espetacularização urbana contemporânea, que é um dos maiores responsáveis tanto pela negação dos conflitos e dissensos no espaço público contemporâneo quanto pelo empobrecimento das experiências corporais nestes espaços e, sobretudo, pela negação, eliminação ou ocultamento da vitalidade dos espaços mais populares das cidades, que 6 Utilizo higienização social no sentido de políticas de expulsão ou deslocamento de camadas da população consideradas marginais como: prostitutas, mendigos, vendedores ambulantes e “malandros”. 22 buscam se tornar midiáticas e espetaculares. (Jacques, 2009: 38)

Existem muitos movimentos pelo mundo em torno do Airbnb durante os últimos anos. A plataforma tem gerado muitas discussões em relação ao seu impacto econômico, social e urbano nas cidades. Como ocorreu em Paris, onde Prefeitura denunciou anúncios ilegais para turistas, que modificaram a paisagem de bairros parisienses e facilitaram fraudes fiscais⁸.

Como dito anteriormente, o turismo tem forte impacto nas cidades, trazendo inúmeros fatores que abalam o equilíbrio do ambiente urbano, geralmente composto pela comunidade local e pelo espaço público.

2.3.3 O impacto econômico

Considerando o anúncio do Airbnb: “pertença a qualquer lugar” como um dos conceitos-chave que levou o Airbnb ao sucesso, a ideia de experiências compartilhadas é palpável e bem divulgado. Para apoiar essa ideia, a cada ano a empresa elabora diversos estudos de impacto econômico de diferentes cidades ao redor do mundo. Citando os dados de seus Relatórios de Impacto Econômico, no Brasil, em 2018, o Airbnb gerou mais de R\$ 7,7 bilhões – 92% a mais do que em 2017. O impacto econômico direto

⁸<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/10/paris-entra-na-justica-contra-airbnb-e-pede-multa-de-125-milhoes-de-euros.ghtml>

estimado é calculado a partir da soma da renda total recebida pelos anfitriões com o gasto total dos hóspedes no país. Sobre isso, Zolini (2009) afirma:

Também se pode verificar a mudança das atividades gerais de um bairro, para o favorecimento de atividades específicas, que satisfazem o nicho consumidor que prevalece no local e que pagará um preço maior por essa diferenciação de serviço. Como exemplo, tem-se o caso de restaurantes especializados, galerias de arte, bares noturnos e toda uma variedade de equipamentos que possam vender a imagem de renovação urbana e social, e que também pode, em alguns casos, alavancar o interesse turístico (ZOLINI, 2009:5)

Os relatórios destacam um impacto econômico positivo do Airbnb nas comunidades locais, especialmente em relação aos empregos gerados a partir dos fluxos turísticos em áreas da cidade que costumam ser incomuns. Os benefícios também dizem respeito ao dinheiro gasto pelos hóspedes nesses bairros, que podem ser facilmente revitalizados por essa nova economia. Por último, o rendimento extra recebido pelos anfitriões é considerado um benefício relevante para a empresa, porque apoia famílias ou particulares a continuarem a pagar as suas contas, evitando que se mudem. Basicamente, uma forma de sobreviver à crise.

Na literatura acadêmica, ainda não há muitas pesquisas sobre os efeitos do Airbnb na economia local, mas os estudos mostram que, em alguns casos específicos, o Airbnb pode trazer benefícios para as comunidades locais, em outros, o real impacto do fenômeno pode ser diferente da visão otimista expressa pela empresa nos relatórios.

Levando em consideração a questão de enriquecimento das cidades expressa pelo Airbnb, a chegada de mais turistas devido ao menor custo de hospedagem do Airbnb está gerando mais empregos na indústria do turismo. Se por um lado, a presença do Airbnb está proporcionando uma ascensão no mercado de trabalho de muitas cidades, por outro lado, nos últimos anos surgiu uma forte concorrência do setor hoteleiro.

Na verdade, a indústria hoteleira ganha dinheiro quando os quartos são escassos e as pessoas são obrigadas a pagar mais caro, principalmente nas áreas centrais da cidade ou durante grandes eventos. É bem nessa dimensão que o Airbnb mudou essa realidade, proporcionando custos menores e inflando a oferta. Como consequência direta, as receitas dos hotéis começaram a cair, gerando um forte conflito em muitas cidades do mundo. Esse impacto pode ser claramente visto em cidades com capacidade hoteleira limitada durante os dias de pico de demanda.

O problema detectado está relacionado com os custos fixos de investimento dos hotéis, porque os edifícios de acomodação tradicionais não podem aumentar suficientemente a capacidade para satisfazer os picos. Eles não podem construir novos quartos ou construir novos hotéis porque o custo marginal seria enorme, enquanto adicionar uma cama em um apartamento existente alugado no Airbnb é extremamente mais fácil, sem qualquer atrito e em muito pouco tempo.

Indo mais fundo nesta questão, seria correto considerar que o Airbnb não pode competir facilmente com todas as tipologias de hotel, na verdade, hotéis de baixo custo e hotéis que não atendem aos “viajantes executivos” são os mais vulneráveis em relação à competição com o Airbnb. Hotéis deste tipo são os únicos comparáveis aos serviços prestados pela Airbnb e, conseqüentemente, aqueles que podem ser seriamente afetados. Considerando que os usuários do Airbnb são viajantes com orçamento limitado e que os “viajantes executivos” são menos sensíveis ao preço, o impacto negativo do Airbnb aumenta quando o preço dos hotéis diminui. É claro que, conforme às características específicas de cada local, tudo pode mudar

Deixando de lado regulamentação promovida pelos governos locais, que não é objetivo dessa pesquisa, mas que é, certamente, uma forma eficaz de diminuir os efeitos do Airbnb nas receitas dos hotéis, também é

interessante considerar a estratégia desenvolvida pela Marriott, uma das maiores redes de hotéis do mundo, para aumentar a receita e competir melhor com aluguéis de curto prazo, tornando-se mais atraente para o segmento de usuários do Airbnb. A rede de hotéis, que percebeu que os hóspedes da próxima geração desejavam algo único, e também um pouco aventureiro, decidiu construir hotéis em locais-chave, dentro de um processo ascendente. Conforme declarado por Wolfgang Lindlbauer, líder disciplinar, Diretor da Marriott:

“Queríamos tentar algo de baixo para cima, perguntando a indivíduos com mentalidade empreendedora, que trabalharam em nossos hotéis ou que fizeram parte da comunidade local, para descobrir novas maneiras de fazer as coisas. Durante a fase experimental, o objetivo era pensar em um novo conceito de hotel que pudesse ser vinculado às experiências alimentares locais, algo que pudesse ser apreciado por usuários, como por habitantes locais. Um dos resultados foi à abertura de um telhado não utilizado do Marriott, onde foi instalado um bar pop-up”. (WOLFGANG LINDLBAUER, 2018)

O Airbnb pode ser considerado uma solução pronta, onde os usuários podem alugar uma casa, um apartamento que já existe em algum lugar do mundo, ou adicionar um sofá-cama para aumentar a capacidade. Isso contrasta fortemente com os hotéis, que não podem aumentar facilmente sua capacidade existente ou volume arquitetônico, especialmente devido à regulamentação e requisitos de zoneamento locais. A tentativa da indústria hoteleira de competir com o Airbnb não está apenas associada a uma solicitação de regulamentações dos governos, mas também a indústria hoteleira deve adaptar à nova tendência de aluguel de curto prazo.

Para acompanhar o impacto econômico dos aluguéis de curto prazo nas cidades, o Airbnb pode gerar uma concentração de fatores externos que podem modificar a esfera urbana, conseqüentemente, se o impacto for negativo, o valor dos imóveis poderá diminuir. Se, no entanto, o impacto for positivo, o valor poderá aumentar.

Por mais positivo que seja o impacto nas cidades, o aumento do valor do imóvel pode ser benéfico para os proprietários, enquanto para os residentes, costuma ser negativo, porque eles não podem pagar o aluguel e, conseqüentemente, podem ser expulsos. Por fim, a flutuação do valor da propriedade pode ser vista como um indicador relevante de processos de gentrificação que podem afetar áreas específicas da cidade.

2.3.4 O impacto socioespacial

Conforme apresentado nos subtítulos anteriores, os fluxos de turismo nas cidades podem facilmente gerar uma grande variedade de efeitos. No que diz respeito aos aluguéis de curta duração, além do incontornável impacto econômico. Nos últimos anos, eles estão definitivamente gerando uma série de conseqüências que vão até a esfera socioespacial.

Portanto, pode-se concluir que a superlotação do turismo e, em particular, o surgimento de plataformas de aluguel de curto prazo como o Airbnb, podem ter gerado uma longa série de efeitos que não beneficiam totalmente a comunidade local.

Na base dos conflitos socioespaciais surgidos da presença invasiva da Airbnb nos destinos turísticos mais populares, duas questões principais podem ser abordadas. A primeira é de natureza econômica, pois o aumento da renda que pode causar deslocamento e despejo, enquanto a segunda diz respeito à modificação da qualidade de vida em determinados bairros, principalmente residenciais.

Devido aos grandes fluxos de turistas nas cidades que não estão preparadas para receber grande quantidade deles, o impacto nas comunidades locais pode desequilibrar a economia local, criando um contraste. Por isso, o papel dos governos locais é extremamente relevante na coordenação e na regulação da indústria do turismo.

(HARVEY, 2018:37)

Essas duas questões podem ser enquadradas em um processo mais amplo de gentrificação ou, para ser mais específico, o que se denomina gentrificação do turismo. O deslocamento, os problemas de qualidade de vida e o aumento dos aluguéis podem estar ligados à superlotação do turismo nas cidades. Segundo Smith (2006):

O desenvolvimento imobiliário urbano – a gentrificação em sentido amplo – tornou-se agora um motor central da expansão econômica da cidade, um setor central da economia urbana. No contexto de um mundo recentemente globalizado, a “regeneração urbana” – representa uma estratégia central na competição entre as diferentes aglomerações urbanas. Assim como na globalização, estamos em presença de uma espécie de anônima lógica econômica, e a oposição a uma tal transformação global e urbana terá um papel crucial na orientação que tomarão os novos espaços. (SMITH, 2006:85)

O termo gentrificação foi cunhado pela primeira vez em 1964 por Ruth Glass, uma pioneira da sociologia urbana, descrevendo-o como alguns processos novos e distintos de mudança urbana que estavam começando a afetar o interior de Londres - literalmente gentrificação significa a substituição de uma população existente por uma geração.

De acordo com Lees (2013):

Com base nas evidências dos casos, Glass identificou a gentrificação como um processo urbano complexo que incluía a reabilitação do antigo estoque de moradias, a transformação do aluguel em propriedade, aumentos nos preços dos imóveis e o deslocamento de residentes da classe trabalhadora pelas classes médias que chegavam. Além disso, esses processos complexos estão intimamente relacionados aos contextos particulares dos bairros e cidades em que estão situados (LEES, 2013:34).

Neste estágio, é importante esclarecer que o Airbnb não pode ser mencionado como o único promotor do processo de gentrificação, já que a gentrificação é frequentemente um processo de longo prazo, talvez iniciado há algumas décadas. O que é relevante observar nesse processo são as modificações demográficas no bairro, em que há maior perda de residentes idosos e famílias com filhos. Além disso, isso acontece em um bairro que registra uma nítida superlotação turística, gerando um ambiente hostil para os moradores locais. É nessa situação que outro tipo de gentrificação pode ser reconhecido, o turismo.

Se a forma clássica de gentrificação é marcada por uma substituição dos residentes da classe trabalhadora em troca dos da classe média, agora os residentes, sejam eles quais forem, estão sendo substituídos por uma população flutuante.

Exemplo disso o Rio de Janeiro, uma cidade-refém de turistas, por que dispõem de paisagens que quase sempre são retratadas nas novelas mais populares do Brasil: retrata a Zona Sul, conhecida por suas belas praias, grandes hotéis e moradores com grande poder aquisitivo ao mesmo tempo em que divide espaço com uma grande população de moradores de comunidades pobres (favelas). Além de ter vivenciado grande projetos urbanísticos por conta dos grandes eventos que sediou (Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016). Por conta de seu histórico, o

Rio de Janeiro é a cidade com a maior população vivendo em aglomerados subnormais do país, revela o estudo do Censo 2010 sobre o tema, divulgado pelo IBGE. São 1.393.314 pessoas nas 763 favelas do Rio, ou seja, 22,03% dos 6.323.037 moradores do Rio. A cidade fica à frente inclusive de São Paulo, cuja população nas favelas e loteamentos irregulares é de 1.280.400, embora a capital paulista tenha mais aglomerados subnormais do que a maior favela do Brasil está localizada no Rio de Janeiro, a Rocinha, contando com 69 mil moradores.. (GALDO, 2011)

Este é o caso quando certos bairros centrais ficam tão saturados para serem considerados como parques temáticos turísticos ou verdadeiros dormitórios turísticos, que situação fica fora de controle.

Além disso, também deve ser lembrado que a gentrificação pode trazer rapidamente à substituição gradual não apenas de residentes fixos, mas também de atividades comerciais locais. A produção de locais de consumo turístico e cadeias pode facilmente tomar conta de todas as atividades tradicionais locais.

Conforme mencionado, o deslocamento representa uma das fases da gentrificação do turismo e pode ser visto como uma das consequências mais diretas desse processo. O deslocamento é um fenômeno difícil de provar, exceto empiricamente por meio de dados demográficos que comprovam a perda de população. Zolini identifica o deslocamento como consequência de mudanças físicas e econômicas em um determinado bairro, que muitas vezes ocorrem simultaneamente (ZOLINI, 2009:5).

No caso específico do turismo, o deslocamento pode se tornar o resultado de uma mudança na qualidade de vida dos residentes locais em um determinado bairro do centro da cidade que está superlotado por turistas. Também é verdade que, normalmente, o deslocamento não ocorre em todos os casos, principalmente porque muitos moradores preferem permanecer no bairro por causa da relação afetiva com aquele lugar, enfrentando também a pior qualidade de vida.

Em vez disso, o deslocamento que ocorre quando os inquilinos são realmente forçados a sair é mais facilmente contabilizado. Graças ao rápido aumento dos aluguéis de curto prazo, os arrendatários locais são repentinamente afetados pelo aumento dos aluguéis e, conseqüentemente, são forçados a se mudar, de forma consensual ou através de despejos.

Nestes casos, quase sempre fica claro que o objetivo é obter um valor maior com aluguéis de curto prazo como o Airbnb, muitas vezes, mais que o dobro em relação ao aluguel tradicional.

Para melhor compreender esse fenômeno, é fundamental considerar a chamada teoria do *rent gap* (Lacuna de aluguel), elaborada pelo geógrafo Neil Smith, em 1987, para explicar o processo econômico de gentrificação. “Lacuna de aluguel” é uma lacuna entre o aluguel que uma propriedade ganha atualmente e o aluguel que a propriedade pode ganhar se for utilizada da melhor forma. Smith argumentou que, quando a diferença de aluguel é grande o suficiente, incorporadores e proprietários veriam o lucro potencial a ser obtido em reinvestir em propriedades no centro da cidade e desenvolvê-las novamente para novos habitantes. Tal proceder efetivamente fecha a lacuna de aluguel e leva a taxas mais altas de aluguel. (Smith, 2006:67).

O aumento do número de aluguéis de curta duração nos bairros centrais da cidade, além de ser um dos motores da gentrificação do turismo, estabelece outra consequência relevante no que diz respeito à acessibilidade habitacional.

Por último, outra consequência do aumento do número de aluguéis de curto prazo tem a ver com a qualidade de vida dos residentes locais. O turismo pode gerar impactos positivos e negativos. O certo é que muitas áreas urbanas, principalmente aquelas com função residencial, nem sempre são planejadas para receber fluxos significativos de turistas que podem facilmente produzir efeitos negativos e conflitos. Também é verdade que o turismo não pode ser considerado o único fator que afeta a qualidade de vida de um bairro. Não se deve esquecer que, muitas vezes, a qualidade de vida é marcada por fatores como a vida noturna, onde certas áreas tornam-se o reduto de muitos jovens se socializando em frente a bares e casas de show. Nesse caso, podem gerar problemas ligados à degradação dos espaços públicos ou ao ruído noturno.

Portanto, em relação ao turismo, os principais problemas podem ser o ruído, o crescente congestionamento do turismo, a falta de espaço público, a perda de atividades comerciais familiares e a perda da cultura local no bairro. Na verdade, as pequenas empresas familiares representam uma parte vital da

comunidade do bairro e, muitas vezes, são forçadas a fechar para abrir espaço para grandes redes comerciais ou lojas voltadas para turistas.

No campo da gentrificação, muitas pesquisas sobre esse fenômeno têm sido lançadas com o objetivo de compreender o surgimento de novos negócios em um determinado bairro onde a gentrificação está em andamento. Os resultados revelam que muitas vezes, além da abertura de novos negócios, ocorre também um aumento significativo no preço das mercadorias, atendendo ao maior poder aquisitivo dos turistas. Enfim, pode-se também citar a retórica do Airbnb, que insiste em viver uma experiência *Like-a-local*, em um lugar onde de “local” pouco restou. Para Carrera (2014):

Há uma percepção de que o termo gentrificação ganhou diversos “sinônimos”, como remoção branca, elitização, enobrecimento, etc., termos muitas vezes mais antigos, utilizados em debates e textos de forma equiparada à gentrificação, para se referir a um plexo de fenômenos diversos que vão desde as mudanças de frequentadores em determinada localidade até a remoção de moradores para intervenções de embelezamento urbano, sem maiores reflexões sobre os sentidos individuais destas referências e sua adequação à realidade fática a qual pretende-se subsumi-las. Mais que um conceito, a palavra “gentrificação” expressa um processo social, econômico e espacial que vai muito além da saída de moradores ocasionada pelas forças do capital, ou ainda da reforma de espaços físicos na cidade. (CARRERA, 2014:34)

O que torna essas empresas tão bem-sucedidas é quase que um ponto antiético, há uma nebulosa motivação ao longo do processo de construção. À primeira vista, o Airbnb parece unir o mundo por meio da experiência do compartilhamento e de acomodações relativamente baratas. No entanto, como qualquer negócio de sucesso, a missão e objetivos subjacentes podem mudar quando o crescimento financeiro drástico é introduzido à equação.

Nesse sentido, os potenciais problemas de ética com essa relação de negócios atual já começam com a não exigência de recursos de segurança dentro de uma casa, apartamento ou outra acomodação quando este é alugado. O

Airbnb é muito incisivo em seu discurso no combate a esse problema. Em seu site, eles mostram claramente uma seção de recursos para cada locação que é projetada para oferecer informações ao cliente sobre os recursos de segurança e outras comodidades. Esses recursos de segurança são coisas que você encontraria em sua própria casa ou apartamento. No entanto, frequentemente as acomodações no site do Airbnb não possuem recursos de segurança. Isso representa um risco para os clientes interessados em alugar o imóvel.

Outro aspecto eticamente falacioso da empresa Airbnb é a gentrificação, que será discutido no capítulo três. Embora não seja intencional nos estágios iniciais do Airbnb, este tem sido um problema crescente desde que a empresa se espalhou pelo mundo. Airbnb tem crescido drasticamente os custos de aluguel.

Isso pode não ser tanto um problema em áreas ricas, como Ipanema e Leblon, por exemplo, mas os bairros em que vive a classe trabalhadora estão se tornando muito caros para morar, como é o caso da comunidade de Vigário Geral, devido à infiltração do Airbnb nesta região. A questão maior da gentrificação é uma questão multifacetada com muitos fatores em jogo. Muitas vezes, é difícil dizer se são pessoas são apenas transplantes movendo-se nas ondas de gentrificação, ou se são turistas.

Isso ocorre em longo prazo, quando o Airbnb intermedia o aluguel de imóveis, aumenta os custos e causa a gentrificação. O Airbnb tem uma estratégia de negócios bem-sucedida e bem implementada. Eles estão ganhando milhões destruindo bairros e potencialmente vidas.

As questões que envolvem a economia GIG são extremamente complexas. É fato a nocividade delas na classe trabalhadora, mas não se pode simplesmente desaparecer com elas do planeta e, assim, resolve-se essa precarização de trabalho e renda. Pois como ficariam os indivíduos que hoje dependem exclusivamente delas?

Muitos dos defensores da economia compartilhada gostam de mostrar como ela dá às pessoas mais poder e acesso a recursos para ganhar mais

dinheiro. Mas, por outro lado, essa economia existe por causa da recessão e do desemprego. Muitas pessoas têm que procurar por uma renda paralela por causa de seu salário atual ou falta de emprego. Quando não conseguem pagar as contas ou mesmo comprar alimento, as pessoas farão o que puderem para ganhar dinheiro.

Infelizmente, as empresas de compartilhamento atuam como "agentes de software". Eles não tratam ninguém com quem trabalham como empregados. Eles são capazes de basicamente utilizar a força de trabalho sem os direitos e benefícios que um modelo convencional tem que fornecer aos funcionários.

Airbnb, Uber, DoorDash e afins dizem: *Estamos apenas criando o software e todos que estão envolvidos nessa troca inteira estão apenas usando nosso software.* Por causa disso, eles são capazes de contornar um monte de questões em termos de direitos e regulação do trabalhador.

Ao reservar um Airbnb, o viajante não está pagando o custo que aquele lugar realmente vale. Mesmo que você esteja recebendo um quarto mais barato, você não está pagando o valor que a existência desse Airbnb está tendo nas comunidades locais. O impacto do Airbnb nas comunidades toma muitas formas, sendo a maioria insidiosa contribuindo indiretamente para disparidades raciais e sociais.

Assim, a gentrificação continua, hoje, a ser um conceito nocivo, associado à perpetuação de injustiças contra os pobres, reflexo de uma matriz de colonialidade do poder; e não positivo, como muitos defendem, destacando a destruição de casas e bairros para promover interesses de ricos e poderosos, acarretando, conforme posto, a exacerbação da injustiça urbana pelo desejo especulativo de exploração/especulação e criar um espaço exclusivo que impede os pobres e marginalizados de reivindicarem o direito à cidade. A gentrificação é, assim, um problema social criado, e sua resposta deve advir de políticas públicas e também pela judicialização como possibilidade de obstruir as políticas públicas gentrificadoras, ampliar os custos políticos para as decisões estatais e como potencial de negociação nos canais administrativos. (Marcuse, 2015:165)

3. 3. A GENTRIFICAÇÃO DO AIRBNB REDESENHANDO AS CIDADES

A disseminação do Airbnb pelas cidades do mundo, incluindo o Brasil, resultou que a hospedagem compartilhada implicou diretamente no processo de gentrificação. Se por um lado, o Airbnb, aumentou a oferta de hospedagem, por outro, aumentou o potencial locatário de uma região com uma população que não está financeiramente preparada para a requalificação daquele lugar que passa a ficar geograficamente desigual. Para Smith (2006):

O conceito de gentrificação tem vindo a designar um processo de recomposição (e substituição) social verificado em meio urbano, ligado muitas vezes a ações de reabilitação urbana das habitações nos centros antigos das cidades. Isto mediante investimentos quer públicos, quer privados. Por definição, a gentrificação passou, assim, a designar o movimento de chegada de grupos de estatuto socioeconômico mais elevado, geralmente, jovens e de classe média, a áreas centrais desvalorizadas e abandonadas da cidade. O efeito é que essas áreas se tornam social, econômica e ambientalmente valorizadas. É um processo de mudança socioespacial, onde a reabilitação de imóveis residenciais situados em bairros da classe trabalhadora ou de gênese popular/tradicional, atrai a fixação de novos moradores relativamente endinheirados, levando ao desalojamento de ex-residentes que não podem mais pagar o aumento dos custos de habitação que acompanham a regeneração. Por conseguinte, é um processo pelo qual os bairros pobres e de classe trabalhadora na cidade-centro são requalificados, através da entrada de fluxos de capital privado e de proprietários e inquilinos da classe média e média-alta (SMITH, 2006: 35)

Para isso, o Airbnb coloca os anfitriões da plataforma para trabalhar, impulsionando a profissionalização deles. Ou seja, as plataformas desejam que os usuários permaneçam todo tempo adequando a casa ou apartamento às necessidades dos anfitriões como se eles, os anfitriões, fossem o gerente do hotel. Elas precisam de um fornecimento confiável de pessoas que produzam serviços e agreguem valor. Em ambos os casos, a busca de renda e o controle sobre os fluxos contínuos de dados inseridos na plataforma são duas forças motrizes por trás das estratégias de acumulação das empresas de plataforma (Badger, 2020: 68).

3.1 A PROFISSIONALIZAÇÃO DOS ANFITRIÕES

É fundamental para as empresas de plataforma garantir que esse grupo de usuários, os anfitriões, não apenas permaneça vinculado à sua plataforma, mas também possa contar com sua ajuda para expandir seus serviços de forma consistente. A economia de plataforma ganhou força ao utilizar o potencial democratizador da produção.

A produção amadora de conteúdo digital e o "consumo colaborativo" de "recursos subutilizados", como carros ou quartos, provaram que há seus limites em termos de garantir um fluxo de receita confiável e o crescimento dos negócios. Para cultivar uma base de utilizadores alinhados com as exigências das plataformas de capitalismo, era preciso que os usuários se comportassem como gestores comerciais, acrescentando valor às plataformas. Em outras palavras, eles tiveram que se tornarem atores do mercado profissional.

Um exemplo singular desse impulso seletivo em direção à profissionalização é o Programa de Parcerias do YouTube (YPP), que serve "para estruturar as relações de trabalho subjacentes entre os criadores e a plataforma.(Caplan e Gillespie, 2020: 1). Enquadrado como YouTube "parceiros", os criadores de conteúdo têm sido incentivados a se inscrever no YPP desde 2007.

Crucialmente, no entanto, a inscrição implica na adesão de um conjunto de regras e políticas que mudam recorrentemente e que tentam regular a qualidade e a quantidade do conteúdo dos criadores. De acordo com Caplan e Gillespie (2020), o YPP compreende um sistema de "compliance" que produz diferentes classes de criadores, tornando os recursos do YouTube dependentes de métricas.

Na mesma linha, Uber, iniciou recentemente a sua própria profissionalização na forma de UberPro. Enquadrado como um "programa de recompensas que reconhece motoristas de destaque", também chamado de

“parceiros”, o esquema visa aumentar a retenção, a qualidade e a produtividade do motorista por meio de um sistema de pontuação baseado em viagem que permite “desbloquear um status superior” e obter recompensas associadas durante períodos fixos de três meses (UBER, 2021).

Neste sentido, cada um em sua forma distinta, assim, o Programa de Parcerias do YouTube e o programa de recompensas Uber Pro buscam cultivar uma força de trabalho confiável, desenvolvendo esquemas de profissionalização em *compliance* que gerenciam o processo de trabalho por meio de um sistema de incentivos e castigos, estabelecendo condições para um desenvolvimento desigual na plataforma.

Da mesma forma, o Airbnb também estimula a profissionalização de seus anfitriões (hosts), embora o faça por meio de uma seleção aleatória de programas e ferramentas, em vez de um esquema hierárquico formalizado. Em comparação com o trabalho cultural dos criadores do YouTube e o trabalho de serviço dos motoristas do Uber, os anfitriões do Airbnb usam a plataforma principalmente para monetizar um ativo habitacional, em vez de ganhar dinheiro em troca de seu trabalho. A profissionalização da hospedagem no Airbnb, situando-a dentro de uma tendência mais ampla de estratégias de plataforma, busca profissionalizar seus usuários para agregar valor. Embora o acolhimento certamente envolva muito trabalho (afetivo e físico), um aspecto importante da profissionalização do anfitrião no Airbnb é, de fato, a capacidade de os proprietários de residências *terceirizar* esse trabalho para terceiros. Para Antunes:

A flexibilidade ou flexibilização constitui hoje uma espécie de síntese ordenadora dos múltiplos fatores que fundamentam as alterações na sociabilidade do capitalismo contemporâneo. Do ponto de vista de seu impacto nas relações de trabalho, a flexibilização se expressa na diminuição drástica das fronteiras entre atividade laboral e espaço da vida privada, no desmonte da legislação trabalhista, nas diferentes

formas de contratação da força de trabalho e em sua expressão negada, o desemprego estrutural. Pode ser percebida ainda no dia a dia da atividade laboral, diante da forte sensação de que o tempo foi comprimido, e também na clara densificação da jornada de trabalho, na qual todos se desdobram para executar sozinhos o que antes era feito por dois ou mais trabalhadores. Além disso, é visível nos bancos de dias e de horas que ajustam a jornada às demandas flexíveis do mercado, assim como na instituição de uma parcela variável do salário subordinada ao cumprimento de metas de produção e “qualidade (ANTUNES, 2018:34)

Ao criar uma distinção entre o anfitrião de uma propriedade listada e seu proprietário, a profissionalização afasta a Airbnb de sua noção alardeada de compartilhamento de casa e consolida a formação de um ambiente comercial. Na verdade, esse profissional de hospedagem e de gestão de serviços, em última análise, promove maiores recursos para Airbnb, uma vez que aprende mais efetivamente a utilizar as ferramentas disponíveis para maximizar as receitas. Isso, por sua vez, facilita a gentrificação comercial em andamento da plataforma Airbnb.

À guisa de ilustração, vale citar uma reportagem⁹ da revista digital Exame.com, intitulada *Airbnb busca a profissionalização de seus anfitriões*, publicada em 26/06/2017, que demonstra o relato de uma anfitriã que ratifica o que foi mencionado acima:

Durante nove anos, a anfitriã alugou seu quarto extra pelo Airbnb e se deliciou com a camaradagem dos hóspedes. Eles se sentavam em seus sofás confortáveis para uma boa conversa; todo mundo jantava junto. Compartilhavam o banheiro dela, onde havia frascos de shampoo meio vazios e vários hidratantes. Então, as coisas mudaram. O Airbnb exigiu que Bishop deixasse o banheiro mais parecido com o de um hotel. Os novos regulamentos locais a obrigaram a começar a recolher impostos de hospedagem, o que a fez se sentir estranha por ter que pedir dinheiro aos hóspedes. E o serviço começou a condicioná-la a receber hóspedes que só estavam procurando um lugar para dormir, e não um lar para compartilhar. Quando um deles finalmente chegou com essa intenção,

⁹<https://exame.com/negocios/airbnb-profissionalizacao-dos-anfitrioes/>

dizendo que só usa o Airbnb como uma alternativa aos hotéis e que, de fato, não quer falar com seus anfitriões.

O Airbnb, ou melhor, a startup de compartilhamento de residências nascida com a informalidade do “pode dormir no meu sofá”, agora está tentando profissionalizar seus mais de dois milhões de anfitriões em todo o mundo. (EXAME, 2017)

3.2 A CONTRIBUIÇÃO DA PROFISSIONALIZAÇÃO DO ANFITRIÃO NA GENTRIFICAÇÃO DO AIRBNB

Em 2014, o ativista Tom Slee¹⁰ foi um dos primeiros críticos a mostrar que, em alguns destinos turísticos urbanos muito procurados, um grande número de hospedagem do Airbnb era operado pelo que ele chamou de “multi-listas”. Ou seja, uma pessoa gerencia mais de uma propriedade na plataforma, sendo considerado como anfitrião “profissional” porque suas práticas comerciais divergem da imagem estabelecida do anfitrião “amador” de compartilhamento de casa.

Uma vez que esta diferença entre a partilha de casa de Airbnb e a prática de hospedagem profissional foi observada pela primeira vez, uma série de estudos confirmou a existência do profissional de hospedagem na Airbnb.

Além da presença de anfitriões com listagem múltipla, há também a disponibilidade de apartamentos inteiros em vez de quartos e recorrente taxa de disponibilidade o ano todo. Tudo isso foi associado à profissionalização dos mercados de hospedagem compartilhada. Essas listagens “comerciais” constituem uma parcela crescente das listagens do Airbnb e representam receitas desproporcionais acumuladas na plataforma (Grisdale, 2019).

A profissionalização do anfitrião é fundamental para essa nova relação de negócios do Airbnb e a lucratividade de longo prazo fica clara quando olhamos para os dados estatísticos da empresa publicados recentemente no site *Seu*

¹⁰ <https://tomslee.net/category/airbnb-data>

Dinheiro, em matéria intitulada *O IPO mais improvável de 2020: cinco fatos sobre a oferta de ações do Airbnb*. Segundo o site:

*Após ser duramente afetada no período de quarentena, a plataforma apresentou publicamente seu prospecto à Securities and Exchange Commission (SEC) em 16 de novembro. Além disso, divulgou seus números mostrando como a empresa aguentou o impacto da pandemia. A receita da companhia no terceiro trimestre foi a segunda maior de todos os tempos, batendo US\$ 1,34 bilhão. De acordo com o **The Wall Street Journal**, o Airbnb deve ser avaliado em US\$ 30 bilhões em sua oferta. A cifra ainda pode ser atualizada, contudo, a expectativa bilionária mostra uma gigantesca ambição de seu IPO. (SEU DINHEIRO, 2020)*

Os anfitriões profissionais são importantes para essa relação de negócios do Airbnb, na medida em que o Airbnb considera necessário desenvolver sua plataforma de forma que este grupo seja mantido. Então, como o Airbnb busca consolidar a profissionalização da hospedagem em sua plataforma? Simples.

A plataforma tem diferentes tipos de programas e ferramentas disponíveis em sua página tanto para anfitriões domésticos como para anfitriões profissionais. Ou seja, há ferramentas que facilitam apenas o compartilhamento doméstico, enquanto outros só podem ser utilizados de forma significativa por serviços de hospedagem comercial que gerenciam várias listagens.

Neste sentido, as ferramentas voltadas para a profissionalização do compartilhamento de hospedagem tendem ser mais rentáveis do que a doméstica, induzindo aos anfitriões a busca pela profissionalização. O que demonstra um desenvolvimento desigual e uma concorrência injusta com os hotéis.

Ainda tratando dessas ferramentas e programas do Airbnb, que estimulam a profissionalização, explicar-se-á o que eles fazem, quem pode utilizá-los e como eles suportam diferentes classes de anfitriões que procuram profissionalizar suas atividades.

O programa **Superhost** do Airbnb é um programa de profissionalização baseado em mão de obra amplamente acessível. O status de *superhost* é concedido a anfitriões individuais, independentemente de serem proprietários da ficha ou trabalhar para um proprietário, e serve para garantir aos hóspedes que a mão de obra de seus anfitriões atende a certos padrões de qualidade. Os *superhosts* são selecionados por algoritmos com base em um conjunto de critérios que inclui manter uma classificação média de 4,8+ estrelas (em uma escala de 5 estrelas) e hospedar 10 ou mais estadas por ano. Os requisitos de acesso são relativamente baixos e as recompensas a associados são, da mesma forma, limitada (Airbnb, 2021)

Os programas **Co-anfitrião** e **Equipes** também apoiam a profissionalização baseada na mão de obra. Partindo do ideal de compartilhamento de casa, onde o dono da casa serve como anfitrião, os dois programas permitem que os anfitriões terceirizem (partes) a mão de obra de hospedagem e compartilhem as tarefas do anfitrião. As equipes do Airbnb podem ser melhores descritas como Co-anfitrião para gerentes de propriedade, em vez de único Co-anfitrião designado e uma equipe completa pode ser designada para realizar o trabalho de hospedagem: “de reservistas e especialistas em operações a contadores e faxineiros”. (Centro de Recursos do Airbnb 2021)

O Airbnb Plus representa um programa de profissionalização baseado em ativos que serve para destacar *uma seleção apenas de casas da mais alta qualidade* que são selecionadas pela Airbnb e avaliadas por uma gama de amenidades e design “excepcional” (Airbnb, 2021).

Enquanto o programa foi inicialmente apenas para convidados, os anfitriões tiveram que pagar uma taxa de inscrição para participar (Airbnb, 2018). Segundo o site da empresa:

A maioria dos anfitriões paga uma taxa de serviço de 3%, mas os anfitriões do Airbnb Plus, anfitriões com anúncios na Itália e anfitriões que usam políticas de cancelamento Super Rigorosas podem pagar mais. Essa taxa é calculada a partir do subtotal da reserva (o preço por noite mais a taxa de limpeza e a taxa de hóspede adicional, caso se

aplique, mas não incluindo taxas do Airbnb e impostos) e é deduzida automaticamente do pagamento do anfitrião. (Airbnb, 2021)

A ferramenta **Smart Pricing** do Airbnb promete ajudar os anfitriões a manter seus “preços noturnos competitivos conforme a demanda muda. O objetivo do *Smart Pricing* é aumentar sua chance de conseguir uma reserva”(Airbnb, 2021). Como tal, a ferramenta apóia a profissionalização baseada em ativos, prometendo otimizar as receitas das listagens de um anfitrião. A ferramenta é famosa entre os anfitriões por suas sugestões de preços extremamente baixos (consulte, por exemplo, o Fórum da Comunidade do Airbnb, 2021). Na prática, as baixas taxas noturnas podem levar a mais aluguéis e, eventualmente, maiores receitas para anfitriões e para Airbnb, no entanto os anfitriões terão de suportar o aumento extra de trabalho com, por exemplo, limpeza de quartos, recebendo mais hóspedes.

Embora, em princípio, todos os anfitriões sejam livres para usar ferramentas disponibilizadas na plataforma, em algumas, a utilização requer um investimento significativo de tempo e recursos, que não estarão disponíveis para anfitriões de compartilhamento doméstico e operadores de menor escala. Além disso, essas ferramentas geralmente exigem uma taxa de assinatura ou comissão baseada em receita.

Muitas das funcionalidades dessas ferramentas também atendem a anfitriões com várias listagens em particular, tornando-as irrelevantes para a maioria dos anfitriões de compartilhamento doméstico.

Conforme demonstrado na literatura sobre profissionalização, o gerenciamento profissional resulta em receitas e taxas de lucratividade mais altas não apenas para os anfitriões, mas também para a própria empresa. Na verdade, o Airbnb reúne uma quantidade imensa de dados sobre todas as atividades e transações que acontecem na plataforma para que possa identificar onde as maiores receitas são geradas e onde o crescimento ideal da receita pode ser realizado. A análise desses dados resulta, entre outras funções, em percepções sobre a demanda não atendida e listagens de “baixo desempenho” que poderiam gerar receitas mais altas. É aqui que surgem o que chamamos de “lacunas de

aluguel de plataforma” (*rent gap*), que o Airbnb busca fechar para aumentar a receita e a lucratividade da empresa.

O conceito de “*rent gap*”, cunhado pela primeira vez por Neil Smith (2006), foi central para a teorização da gentrificação. Smith define o “*rent gap*” como a diferença entre a renda real pela hospedagem recebida e a renda potencial. Isso constitui um incentivo para expulsar inquilinos antigos que pagam menos e reinvestir em novos ocupantes que podem pagar valores mais elevados (Smith, 1979).

Como Bidou-Zachariassen (2006) teorizou plataformas de *streaming* (STR), como o Airbnb, geram *rente gap* ao direcionar fluxos de capital internacional para bairros urbanos e criam um mercado global de aluguéis de curto prazo. Para proprietários de imóveis, os STRs oferecem maiores retornos sobre os investimentos em comparação com imóveis para aluguel de longo prazo. Em bairros populares, em particular, isso constitui um incentivo para o aluguel de imóveis no mercado STR, em vez do mercado imobiliário regular, o que, por sua vez, contribui para a já dramática escassez de moradias e os aluguéis disparados.

Como tal, aluguéis de férias têm sido sugeridos para constituir uma “nova frente de batalha de gentrificação” (Cocola-Gant, 2016) e a aquisição em grande escala de apartamentos para implantação no mercado de STR levou ao fenômeno de “compra para gentrificação” (Cocola-Gant e Gago, 2019).

A partir da noção de “*rente gap* de plataforma”, podemos afirmar que o Airbnb não é apenas um instrumento, mas um agente ativo de gentrificação; um processo de identificação e fechamento de *rentgap* em sua própria plataforma. Ou seja, o Airbnb baseia-se em dados para estimular a profissionalização da hospedagem, oferecendo ferramentas/programas que atendem a algumas necessidades de poucos anfitriões e que tem nenhuma utilidade para outros.

3.3. OS EFEITOS DA GENTRIFICAÇÃO NUMA ESCALA GLOBAL

A gentrificação é um fenômeno global que está ocorrendo em um ritmo rápido em várias escalas. É um processo que tem viajado Norte-Sul, devastando as comunidades mais pobres e revitalizando os centros urbanos (Lees, 2012), sendo um fenômeno que possibilitou novas reconfigurações do processo de reprodução e acumulação capitalistas, como os projetos de renovação urbana, que, por sua vez, estão levando a um aumento do investimento privado.

Gentrificação é, dessa forma, visto como um processo neoliberal (Recoquillon, 2014) que leva à desregulamentação e a privatização do setor público, a uma abertura do mercado e a competição com pouca oposição do governo (Brenner et al, 2002).

O termo *super gentrificação*, utilizado por Lees em seus estudos, descreve o impacto global que a gentrificação teve e continuará a ter em núcleos urbanos vulneráveis (Lees et al, 2006). Considerando o grau de integração das economias mundiais na atual fase do neoliberalismo, a gentrificação tornou-se um fenômeno global. Nesse contexto, as manifestações dos processos são evidentes em várias escalas espaciais e temporais (Butler, 2005). Este processo já foi simplesmente um problema local e, hoje, é uma estratégia urbana que tem devastado as comunidades em uma escala mundial.

Não se pode esquecer que, embora as tecnologias criadas por essas Construtechs possam favorecer o acesso à moradia às camadas mais pobres da população, não é bem para esse público que elas nascem. Seria ótimo se as startups sempre atuassem em tecnologias que facilitariam a disseminação do direito à moradia, só que não é bem por aí. (MARANHÃO, 2016:37)

Durante as últimas décadas esse fenômeno da gentrificação tem se propagado como uma estratégia de urbanização em todo o planeta. Atingiram, principalmente, cidades da Europa como Madrid e Berlim, que apesar de possuírem modelos econômicos diferentes das cidades do hemisfério sul como

Rio de Janeiro, que será analisado posteriormente, também sofreram com a entrada do Airbnb. Lá o foco foi à necessidade de supervalorizar um subúrbio pouco explorado, mas com potencial especulativo.

Já nas cidades da América do Norte, destaca-se os EUA, que foi considerado o berço de estudo para Smith (1979), que trouxe o conceito de rent gap, explicando o fenômeno da gentrificação. Os EUA têm um processo de suburbanização muito maior do que a Europa, podendo aproveitar melhor as vantagens locacionais que tanto interessam o Airbnb. Possuindo a maior economia capitalista do mundo, tentou resolver seu problema de acumulação de capital destruindo e reconstruindo, de forma mais inteligente, as cidades. Assim, o Airbnb percebeu bem a oportunidade de crescimento exponencial da empresa.

O processo de gentrificação, provocado, principalmente, pela entrada da plataforma de streaming Airbnb nos países trouxe efeitos catastróficos.

O ritmo e a taxa em que a gentrificação está ocorrendo são extensos e têm como alvo as regiões mais vulneráveis à gentrificação. No entanto, nem todas as comunidades respondem ao processo de gentrificação da mesma maneira e atos de resistência ocorrem em muitas regiões.

Na América Latina, a gentrificação apoiada num discurso de crescimento urbano tem tomado conta das cidades e é impulsionada pelo desenvolvimento simultâneo de regiões novas e antigas. Os núcleos urbanos estão sendo moldados e remodelados por meio da terceirização de capital privado, ou seja, com a entrada do Airbnb e seus *desenvolvedores urbanos*, os anfitriões profissionalizados. Para HARVEY, (2014):

Há três tendências principais assumidas pela gentrificação latino-americana: (I) transformações sociais na imagem urbana – com o objetivo de atrair investimentos e pessoas pertencentes a grupos sociais com maior poderio econômico, os governos investem altas somas de dinheiro na expulsão de comerciantes e moradores de baixa renda a fim de embelezar as áreas centrais da cidade; (II) intervenções no patrimônio histórico – projetos de recuperação ou resgate do patrimônio histórico que, na verdade, encobrem e alimentam medidas de marketing urbano; e (III) intervenções privadas nos centros históricos – as intervenções governamentais nas regiões históricas das cidades latino-americanas, bem como eventuais vantagens tributárias e urbanísticas

fornecidas pelos governos, incentivam a entrada do capital privado nestas regiões por meio de investimentos em novas construções, hotéis e construção de infraestrutura para classes mais abastadas, o que acaba promovendo de forma mais contundente a gentrificação nestas áreas. (HARVEY, (2014: 89)

A Gentrificação no sul do planeta tem sido visto como um acúmulo de desapropriação, onde o próprio processo fornece uma lente útil de como, onde e quando as injustiças ocorrem derivadas da ação exploratória do o capital. Além disso, esta 'lente' pode ser usada para ilustrar os efeitos da gentrificação. No entanto, apesar de sua natureza destrutiva, a gentrificação do Sul pode ser vista como uma ferramenta útil para determinar como um novo desenvolvimento do Norte difere do Sul, revelando os reais impactos negativos da gentrificação (LOPEZ, 2015:123).

3.4 O AIRBNB REDESENHANDO A PAISAGEM URBANA

A razão para isso é simples: a mudança de vizinhança ocorre em diferentes escalas, em vários graus de desenvolvimento econômico e em diferentes épocas de desenvolvimento social em todo o mundo. Smith (1979) afirmou que o processo de gentrificação perderia impulso e se tornaria obsoleto na década de 1990. No entanto, a realidade é que a gentrificação agora se tornou um fenômeno global, que está modificando a paisagem urbana de muitas cidades pelo mundo.

O discurso por trás desse pensamento é que os bairros estão se valorizando e os membros pertencentes a estes lugares não são indiretamente retirados, ou seja, o bairro é simplesmente regenerado. Para Clark (2011):

Na realidade, o deslocamento é um subproduto da gentrificação porque esse processo envolve, principalmente, a reconstrução de uma área dilapidada, que ainda traz as implicações negativas do deslocamento. Portanto, a gentrificação, direta ou indiretamente, é responsável pelo deslocamento dos residentes de baixa renda de uma área recém-gentrificada. A transformação do espaço urbano é, no entanto, encorajada pelo governo, apesar de suas negativas repercussões. A mudança do status econômico de tais espaços, juntamente com sua

capacidade de produzir capital continuamente é a razão para esse incentivo. (CLARK, 2011: 43)

Vivemos em um sistema capitalista desprovido de empatia, onde a classe trabalhadora, os mais pobres, é a que mais sofre, onde os direitos de propriedade privada e de taxas de lucro ditam as regras do jogo. Como resultado, os membros desfavorecidos de uma sociedade em transformação perdem seu direito à cidade, pois são esses indivíduos que são marginalizados. A acumulação de lucro permite o processo de gentrificação que, por sua vez, marginaliza e desloca os pobres da cidade para a periferia.

As forças que produzem a segregação – as aglomerações indesejáveis – de fato podem ser fortes e têm sido historicamente dominantes. Mas para implementar a segregação elas dependem do Estado que igualmente tem o poder de acabar com a segregação (MARCUSE, 2004: 24).

Em muitos casos, a gentrificação é bem-vinda, pois é vista como uma oportunidade para elevar e revitalizar uma área urbana desvalorizada (Cortright et al, 2014). Isso ocorre porque os problemas urbanos não são causados pela pobreza, mas sim pelo encontro da concentração de pobreza e do enobrecimento de uma região, então a solução é dispersar a pobreza (Duany, 2001).

Na verdade, embora a gentrificação possa dispersar a pobreza, ela não a erradica e, portanto, o ciclo vicioso de deslocamento, marginalização e aumento da pobreza continua a crescer. A gentrificação pode ter os meios para melhorar a viabilidade econômica de uma região, no entanto, ela não melhora o *status quo* dos residentes que residem/residiam na área recentemente gentrificada, nem o nível de pobreza total de uma cidade (Zuk et al , 2015).

Assim, os antigos moradores perdem a capacidade de continuar a residir na área, pois se tornam incapazes de competir financeiramente com os recém-gentrificados e são, assim, obrigados a mudar ou são deslocados.

Além disso, a gentrificação não está apenas ligada às áreas residenciais urbanas, mas também ocorre em áreas não residenciais. Este processo de

transformação pode ser vinculado a uma série de projetos de redesenvolvimento não residencial. Tais áreas, que são não unicamente ligadas à gentrificação, mas desempenham um papel na reconstrução de uma cidade para surgimento de áreas de lazer de hotéis e complexos habitacionais, bem como o surgimento de restaurantes modernos. Gentrificação, portanto, não desempenha somente o redesenvolvimento de áreas residenciais, mas na paisagem urbana como um todo.

As classes de mais alta renda escolhem a direção de crescimento, inicialmente em função dos atrativos do sítio natural [...] em função da simbiose, da “amarração” que desenvolvem com suas áreas de comércio, serviços e emprego, ou seja, em função da estrutura urbana que elas próprias produziram. [...] as camadas de mais alta renda se apegam a uma região geral da cidade e nela se concentram não pelo status que estas possam apresentar. Este, não existia antes dessas regiões serem ocupadas por tais classes; não existia quando essas regiões eram vagas. O status é efeito e não causa da preferência das classes de mais alta renda (VILLAÇA, 1996: 6).

Embora a gentrificação tenha a capacidade de criar uma cidade que seja cada vez mais sustentável e mais habitável, é esse processo que muitas vezes cria desequilíbrios crescentes entre ricos e pobres, negros e brancos, incluindo proprietários e locatários de moradias utilizadas em plataformas de streaming. O processo de gentrificação precisa se esforçar para a criação de políticas que gerem soluções em todos os níveis. Segundo Smith:

A [...] fase generalizante é a difusão da gentrificação para além do perímetro central. Estamos longe de um processo ligeiro e banal, e do mesmo modo que a gentrificação do centro se estendeu a espaços e dinâmicas imobiliárias mais amplas, incluindo as construções antigas e ainda intactas, distritos mais afastados foram atingidos pelo fenômeno da gentrificação (SMITH, 2006: 78).

Nesse sentido, o Airbnb rompe com a lógica de que a cidade deve ser acessível a todos, onde um bairro em desenvolvimento cria oportunidades iguais

para todos, permitindo o crescimento social e econômico para aqueles que residem ou têm acesso à cidade, não apenas a minoria.

O ponto crucial sobre a gentrificação é que ela envolve não apenas uma mudança social, mas também, na escala de bairro, uma mudança física no parque habitacional e uma mudança econômica na terra e mercados da habitação. É essa combinação de fatores sociais, mudança física e econômica que distingue gentrificação como um processo de identificação ou um conjunto de processos (SMITH, 2006: 463).

3.5 GENTRIFICAÇÃO: Uma ferramenta destrutiva do Airbnb

É evidente que a gentrificação é um processo poderoso e controverso. Isto porque mesmo que os processos também demandem impactos positivos para estes ambientes, e eles são imediatamente compensados pelos efeitos negativos provocados pelo fenômeno. Para Lingel (2019):

A gentrificação muda os espaços físicos em um bairro, trazendo novas estéticas arquitetônicas e novos tipos de negócios. As casas existentes parecem menores e mais antiquadas, e negócios antigos perdem clientes à medida que novos residentes trazem demandas por vantagens cosmopolitas. A gentrificação também muda as normas sociais de um bairro (...). (LINGEL, 2019:56)

Se substituirmos “em um bairro” por “no Airbnb” aqui, as sobreposições entre o espaço digital e físico se tornam palpáveis e as observações de Lingel formam uma descrição adequada de que os anfitriões menos capitalizados estejam forçados a lidar com as mudanças contínuas do Airbnb e com sua ideia (igualmente mutável) de hospedagem profissional. Neste sentido, Airbnb lidera a gentrificação, onde as operações da empresa não só fazem determinados bairros seguros para o investimento das empresas, mas também garantem que sua própria plataforma permaneça em condições ideais para a acumulação de capital em grande escala.

O problema com a gentrificação é que quase todo resultado positivo que ela fornece tem um efeito negativo subsequente. É um processo que envia efeitos em cascata por todas as áreas, onde os residentes locais vivenciam apenas os impactos negativos desse fenômeno. A polêmica em torno desse processo tem causado preocupação social e política desde que o termo foi cunhado em 1964 (Sheppard, 2014).

Com a renovação urbana, que ocorre em uma área recém gentrificada, vem os impactos subsequentes do deslocamento. Regiões em processo de gentrificação vivenciam a experiência de deslocamento como o seguinte resultado: aumentos de preços de aluguel, incluindo o aumento de impostos, e aumento do investimento que faz a habitação inacessível para aqueles que poderiam ter recursos para residir em determinado bairro.

Os impactos negativos associados à gentrificação vão além dos impactos socioeconômicos de deslocamento, realocação, marginalização e exclusão. Neste sentido, afetam o patrimônio cultural, como ocorre, às vezes, com comunidades indígenas, por exemplo. O resultado disso é uma perda contínua da diversidade cultural que, até certo momento, impulsionava a economia daquele lugar. O processo de gentrificação traz consigo também o desemprego daqueles que, de alguma forma, tiravam a subsistência dali.

A mistura social, que deveria ser um aspecto positivo da gentrificação, trouxe consigo um efeito colateral negativo. Como tal, o aumento do nível de mistura social não foi harmonioso, mas, ao contrário, resultou em níveis aumentados de conflito.

O motivo para isso é o poder de propriedade. Porque com a posse da propriedade vem o poder, o controle e o direito de excluir os menos afortunados, acrescentando, assim, ao aumento dos níveis de conflito em uma área recém-valorizada. Uma minoria étnica então começa a se formar e o ressentimento e o conflito na comunidade continuam a crescer, permitindo o surgimento de um conflito de classes entre a elite urbana e os membros pobres de uma comunidade.

Com a gentrificação da cidade, outro fator que emerge é o aumento dos níveis de criminalidade. Além disso, estudos têm mostrado que não apenas os incidentes de crime aumentam, mas também surgem novos tipos e categorias de crimes. Enquanto muitos argumentam que a incidência de crime nestas áreas é resultante do deslocamento de criminosos e de problemas sociais, outros argumentam que o número de crimes irá aumentar devido ao afluxo de indivíduos e a prevalência de famílias ricas que agem como um alvo para criminosos em áreas adjacentes (BIDOU-ZACHARIASEN, 2006:28).

Outros impactos negativos associados à gentrificação incluem: perda de moradias populares, deslocamento comercial e industrial, aumento da demanda por moradias e a pressão subsequente sobre moradias nas áreas circunvizinhas e perda de população em áreas gentrificadas. (Lees et al, 2008: 37). Embora as repercussões negativas associadas à gentrificação não possam ser completamente eliminadas, elas podem certamente ser reduzidas. Esse novo mercado *streaming* deve buscar encorajar o desenvolvimento de baixa renda sem restringir o mercado aberto.

O esforço de simplificar os conceitos de segregação e gentrificação, cada um em apenas uma palavra, resultaria em: a segregação como separação e a gentrificação como substituição. A segregação, a partir da perspectiva econômica, dividir ricos e pobres (e, também, rendimentos médios – como se defende aqui); enquanto que a gentrificação dá conta de uma substituição de uma população, em uma área, por outra de maiores rendimentos. As consequências da gentrificação são novas segregações. A substituição – que ocorre por uma filtragem –, na sua fase conclusiva, homogeneizará a área. (MEDEIROS, 2018: 93)

O processo de gentrificação se tornou sinônimo de deslocamento. Com isso, ocorre uma mudança dramática na demografia de uma cidade, quando a região em questão, que abriga os membros mais pobres da sociedade, se transforma em uma que é adequada apenas para os membros mais ricos da sociedade.

No entanto, aqueles que rejeitam a noção de gentrificação veem o processo como aquele que ameaça as populações locais do bairro, bem como a preservação histórica e social de uma cidade. A era atual representa aquela em

que os direitos humanos estão no centro das atenções. As noções de justiça social e direito à cidade estão, portanto, na vanguarda da literatura baseada na gentrificação. No entanto, os direitos de propriedade privada e as taxas de lucro superam todos os outros direitos a esse respeito.

Os impactos do deslocamento induzido pela gentrificação são amplos e afetam vários aspectos da composição genética de uma sociedade. A estrutura urbana torna-se ineficiente, atraindo a classe média e deslocando os pobres e a classe trabalhadora para a periferia. As verdadeiras vítimas do deslocamento são quase sempre indivíduos de baixa renda, os idosos e famílias chefiadas por mulheres.

As áreas favorecidas para a gentrificação geralmente se regeneram a custa das necessidades sociais, que podem incluir laços comunitários, relações sociais e ligações psicológicas a uma área (Medeiros, 2018). Os deslocados muitas vezes sofrem graves impactos psicológicos, pois são deslocados de suas casas e precisam deixar para trás redes familiares e de amizade, além de a transferência das crianças de uma escola para outra.

Os impactos do deslocamento não terminam simplesmente quando os residentes são deslocados, pois a marginalização social, econômica e política e a exclusão da cidade têm impactos devastadores para os afetados. O capitalismo, a competição e a acumulação de lucros por meio da propriedade privada como meio de produção são a razão do desenvolvimento desigual nas áreas urbanas (Smith, 1982). Marginalização e desigualdade são as manifestações de acumulação de lucro, e os políticos são controlados por um setor privado, uma elite minoritária.

A participação de iniciativas privadas e públicas no processo de produção do espaço urbano, no que concerne aos equipamentos e infraestruturas, deve ser analisada. Há de se considerar a equidade do acesso e verificar até que ponto a ocupação das áreas mais bem servidas, por equipamentos e infraestrutura, é realizada pela população de maiores rendimentos, em detrimento de uma população carente. A questão social é que o processo de produção e apropriação do espaço urbano não ocorre de forma isolada, dá-se de forma conjunta com toda a estrutura do ambiente construído. Os fatores que desencadeiam

processos de valorização no espaço são produzidos socialmente, e não são herdados de um acaso da natureza. (MEDEIROS, 2018: 97)

Assim, gentrificação é um estado em que as sociedades experimentam desigualdades sociais e econômicas e a privilegiada elite mantém essas desigualdades. Além disso, deve-se notar que o deslocamento, a marginalização e a exclusão social não são apenas produtos da gentrificação, mas são processos inter-relacionados que, juntos, criam aumento da pobreza e da desigualdade. Por exemplo, o deslocamento de pessoas de suas comunidades é considerado exclusão social. Isto é agravado quando moradores locais de uma área são excluídos por conta da gentrificação, que reforça a pobreza (MEDEIROS, 2018: 102).

A marginalização de comunidades por conta da gentrificação só pode ocorrer quando existe um intervalo de aluguel suficiente, ou seja, a variação entre as avaliações atuais da propriedade em uma determinada área versus o valor potencial que a mesma propriedade poderia oferecer uma vez em um estado rejuvenescido (SLATER, 2011). As áreas sujeitas à marginalização são áreas potencialmente residenciais de classe média. A gentrificação está ocorrendo em escala global e deixa milhares de pessoas deslocadas em todo o mundo.

3.6 A GENTRIFICAÇÃO DE COMUNIDADES CARENTES: O CASO RIO-FAVELA

A gentrificação no Rio de Janeiro é dirigida tanto a favelas, como os bairros populares de uma classe média baixa. Nas favelas, assistimos ao predomínio de moradias informais, construídas densamente em áreas impróprias para acomodação. Geograficamente, elas são encontradas em terrenos montanhosos, onde a construção formal é perigosa devido a possíveis deslizamentos de terra. Mais de um quinto do estoque habitacional da cidade é informal e não podemos considerá-las como um mercado imobiliário alternativo.

A presença da gentrificação nas favelas se iniciou com os dois megaeventos esportivos consecutivos: a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas 2016. Eles impulsionaram os investimentos em infraestrutura, permitindo que o Airbnb e outros investidores privados desenvolvessem negócios em comunidades no Rio.

A habitação formal experimentou um aumento dos preços do aluguel, o que levou ao aumento da demanda no setor imobiliário no mercado informal carioca.

Embora as comunidades do Rio não tenham necessariamente experimentado um aumento tão significativo do Airbnb, os residentes de classe média da comunidade, bem como populações turísticas significativas, redesenham completamente as comunidades, como por exemplo, a Comunidade do Vidigal e a Comunidade da Rocinha. Especificamente, comunidades do Rio de Janeiro têm experimentado uma completa transformação e exclusão populacional e cultural para atender novos moradores mais ricos.

À guisa de ilustração, a Revista Digital *RioOnWatch* publicou uma matéria, intitulada *Vidigal debate futuro da gentrificação*¹¹, onde é perceptível a preocupação dos moradores com o aumento absurdo do aluguel:

O debate começou com um depoimento de André Gosi, morador do Vidigal há 52 anos, e sua família por 70 anos. André é um dos atuais diretores da Associação de Moradores da Vila Vidigal. Refletindo sobre os moradores que já ficaram tentados a vender suas casas para os recém-chegados, pelo fato de que nunca haviam imaginado que suas casas poderiam ser tão valiosas, André advertiu: "A pessoa tem que ter consciência que a casa dela tem um valor humano muito grande. Tem que pensar se vale à pena sair daqui para morar em outro lugar por R\$200.000. Você não muda só de endereço, muda de hábitos, muda de tempo. Depois fica em depressão porque as pessoas que conviviam perto de você vão morar distante. Então você tem que começar pensar por este lado. Eu costumo dizer que a favela é o lado mais original do Rio de Janeiro. Onde as pessoas vivem muito próximas. O vizinho que a gente pede um açúcar, a solidariedade que é fantástica—você está passando mal eu te levo no Miguel Couto. Tudo isso tem que ser pesado, posto na ponta do lápis, pensar se vale a pena vender a sua casa e ir morar num lugar bem distante". (REVISTA RIOONWATCH, 2020)

¹¹Vidigal Debate a Gentrificação e Futuro da Comunidade no Segundo "Fala Vidigal" - RioOnWatch

Os "programas de pacificação" que os governos federal, municipal e estadual, aplicaram nos últimos quinze anos, especialmente aqueles imediatamente antes da sede da Copa do Mundo de 2014 e que antecederam os Jogos Olímpicos de 2016, afetaram as relações sociais entre os moradores do Rio de Janeiro .

Os estrangeiros entraram recentemente no mercado imobiliário em favelas do Rio e estão comprando imóveis com mais frequência do que os moradores locais. Como os turistas não precisam mais pagar impostos a traficantes, muitos residentes estrangeiros e nativos anunciaram sua propriedade para estadia temporária no site do Airbnb durante a Copa do Mundo e Olimpíadas.

À medida que o valor e a popularidade da cidade aumentam com novas oportunidades de construção e negócios, os preços dos imóveis subiram drasticamente. Casas que custavam R\$ 2.500 em 2006 custaram R\$ 200.000 em 2014. Como resultado, grupos socioeconômicos inteiros não têm mais a capacidade de viver nas favelas que antes chamavam de lar. Os moradores atuais também estão lutando contra o aumento do aluguel e o deslocamento, e estão sendo forçados a se mudar para favelas mais perigosas.

Ebilene Rodriguez Pereira, 54 anos, moradora de uma comunidade no Vidigal, disse que os novos hotéis e restaurantes estão sendo construídos para estrangeiros, "não para nós". Veronica Moura, outra moradora de uma comunidade em Santa Marta, detalhou a resistência da comunidade contra aumentos de aluguel, demolições e despejos. "Durante anos, as autoridades não fizeram nada quando era tão perigoso viver aqui. Agora que a área está *finalmente segura*, eles querem que a gente saia", disse Moura.

As forças que permitem o processo de revitalização são simultaneamente responsáveis por identificar as comunidades carentes à gentrificação. As mudanças socioeconômicas e políticas nessas comunidades são um resultado da relação entre oferta e demanda que é necessária pelo público.

Além disso, as comunidades não seguem um curso predeterminado de crescimento ou declínio. O crescimento ou declínio dela depende de uma ampla gama de fatores. São eles: oportunidades de emprego, status econômico,

o acesso à cidade, nível de criminalidade, e disponibilidade de serviços e amenidades etc.

As comunidades vulneráveis à gentrificação abrangem uma série de traços característicos. A revitalização ocorre principalmente em regiões caracterizadas por famílias de baixa renda e pessoas negras. Essas regiões são caracterizadas por altos níveis de pobreza concentrada, onde os indivíduos esperam que essa revitalização melhore sua qualidade de vida. Essas famílias de baixa renda são geralmente chefiadas por uma única mulher ou por um único idoso. Além disso, essas regiões são tipicamente caracterizadas por altos níveis de crime e tráfico. Dessa forma, as gentrificações são vistas como uma forma de reduzir esses fatores negativos.

Portanto, para resumir, as características de comunidade carente à gentrificação incluem: famílias de baixa renda; uma região tomada pelo tráfico e pelas drogas, pobreza; uma cidade comunidade cercada por trabalho informal local; construções irregulares; uma população urbana crescente, organizações comunitárias e altas taxas de desemprego.

O aumento da receita sobre a propriedade e a atração de residentes de renda mais alta (junto com seu poder de compra) para essas regiões recém-gentrificadas permitem que o Airbnb ganhe com o processo de gentrificação. No entanto, o efeito secundário disso é a expulsão das famílias de baixa renda pela elite mais rica. Portanto, os pobres, os sem-teto e qualquer classe de indivíduos que possam ameaçar o valor da propriedade nesta região são deslocados ou, posteriormente, realocados para outras comunidades.

3.7 A DISCRIMINAÇÃO DIGITAL NO EFEITO AIRBNB

Os mercados online geralmente contêm informações não apenas sobre produtos, mas também sobre as pessoas que vendem os produtos. Numa

tentativa de facilitar a confiança, muitas plataformas encorajam vendedores a fornecer perfis pessoais e, até mesmo, postar fotos de si mesmos.

No entanto, esses recursos também podem facilitar a discriminação com base na raça, sexo, idade ou outros aspectos da aparência. Dessa forma, pode-se também observar a discriminação racial contra proprietários na plataforma do Airbnb. Segundo um estudo da Universidade de Harvard, publicada na *BBC News*¹², demonstrou-se que os anfitriões brancos cobram aproximadamente 12% a mais do que os anfitriões negros pelo aluguel equivalente.

Esse efeito é considerável ao confrontar todas as informações visíveis no mercado do Airbnb. Esse estudo destaca a existência da discriminação nos mercados online, sugerindo uma consequência não intencional de um mecanismo aparentemente rotineiro para construir confiança.

Uma pesquisa com mais de 6 mil anfitriões - os donos dos anúncios - em cinco cidades americanas concluiu que nomes que soavam ser afroamericanos tinham 16% menos chances de conseguir ter um pedido de reserva aceito em comparação com nomes associados a pessoas brancas. Em resposta, o AirBnb reconheceu que enfrenta um "grande desafio" nesta questão e pediu a colaboração de "qualquer um que possa ajudar a reduzir a discriminação" na sua comunidade. O estudo realizado por três pesquisadores da escola de negócios de Harvard destacou que o modelo usado pelo AirBnb para apresentar uma série de informações para os anfitriões e hóspedes contribui para a discriminação. Os pesquisadores dizem que esta discriminação não ocorre na indústria hoteleira, já que as reservas são automáticas e sem que um funcionário saiba o nome do hóspede de antemão - solução proposta por eles para o AirBnb. (BBC NEWS, 2015)

Os mercados online estão se tornando cada vez mais comuns. Plataformas como o eBay e Amazon, e dezenas de outros, proliferaram incrivelmente rápido. O sucesso dessas empresas depende de sua capacidade de criar confiança entre os “compradores e vendedores” na garantia de que um apartamento, carro ou qualquer outra coisa realmente funcionará conforme o esperado.

¹²https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151211_airbnb_discriminacao_racial_harvard_rb, acesso em 06/08/2021.

Para construir essa confiança e facilitar as transações, os mercados online geralmente apresentam informações não apenas sobre produtos, mas também sobre as pessoas que os oferecem. Muitas plataformas agora permitem que os vendedores apresentem perfis pessoais, postem fotos de si próprios e, até mesmo, vinculem suas contas do *Facebook*, *Instagram*, e outros, aproveitando a mídia social para estabelecer reputação e construir a tão desejada confiança.

Embora esses recursos atendam aos objetivos de construção de confiança e responsabilidade, eles também podem trazer consequências indesejadas: perfis pessoais podem facilitar a discriminação.

Atualmente, 2 milhões de pessoas se hospedam em acomodações no Airbnb em 100.000 cidades do mundo inteiro (AIRBNB, 2021). As transações no Airbnb são inerentemente arriscadas arranjar inquilinos de curto prazo para quartos em apartamentos e casas, ou até mesmo, moradias. Para facilitar essas transações, o Airbnb oferece um sistema de reputação do usuário, incluindo análises quantitativas e qualitativas de hóspedes e anfitriões.

Uma característica do sistema de avaliação do Airbnb é que os anfitriões e convidados postam perfis públicos, incluindo suas fotos e nomes, facilitando não apenas a confiança, mas também discriminação. Já que essa nova era do trabalho digital traz essas exigências que somente precarizam cada vez mais o trabalhador. Ricardo Antunes, em seu livro *O Privilégio da Servidão*, trata desse novo formato de emprego digital, para ele:

Os trabalhadores e trabalhadoras, suas principais vítimas, veem aumentar ainda mais os níveis de precarização. Como essa é uma processualidade, e não uma forma pautada pela fixidez, os níveis máximos de precariedade ainda estão longe dos patamares que a lógica destrutiva dos capitais busca implementar. Proliferam, por exemplo, no mundo da máquina informacional-digital, presente nas TICs (que invadiram especialmente o setor de serviços agora quase todo mercadorizado), os mais distintos e diversificados modos de ser da informalidade (cujos contratos desconsideram os direitos e a regulamentação social protetora do trabalho), aumentando a precarização (que, repetimos, é um processo no qual as condições de trabalho podem ser sempre mais intensificadas). Se não bastasse tudo isso, a mesma pragmática neoliberal, implementada nas empresas privadas, também se expande para as empresas públicas que, junto

com o amplo receituário anteriormente descrito, passaram a introduzir também asterceirizações. (ANTUNES, 2018: 194)

Em contraste com a indústria hoteleira tradicional (dominada por hotéis e pousadas, que oferecem muitos quartos cada), o Airbnb permite que qualquer pessoa poste, até mesmo, uma única vaga/quarto online. Assim, um hóspede pode ver informações não apenas sobre o quarto que está alugando, mas também informações sobre o anfitrião da propriedade, independentemente, se o anfitrião mora, ou não, na propriedade.

O perfil de anfitrião consiste em um nome, uma imagem e uma descrição opcional, além de classificações geradas pelo usuário pelas características do anfitrião e as características do imóvel. Os hóspedes deixam comentários e a avaliação média de cada anfitrião no sistema de classificação do Airbnb (classificação de localização, classificação de check-in, classificação de comunicação, classificação de limpeza e classificação de precisão). Para identificar a raça dos anfitriões no Airbnb utiliza as categorias: branca; negra; hispânica; asiático; pouco clara, mas não branca; várias raças, não aplicável (sem pessoas na foto) ou incerto.

Apesar de o Airbnb decidir quais informações coletar e publicar, ela se denomina não responsável por quaisquer resultados discriminatórios resultante do uso de sua plataforma, senão teria que se prevenir juridicamente. Por isso, o Airbnb tem pouca preocupação em reduzir a discriminação, o que ajuda a explicar o sistema de reputação que estabeleceu. Em um contexto de litígio, a postagem de nomes, fotos, orientação sexual deveria ser vista como discriminatória.

No entanto, a plataforma afirma que as imagens são uma parte importante do design do Airbnb. Segundo o próprio Airbnb, as fotos ajudam os hóspedes a aceitarem o modelo do Airbnb, incluindo ficar em uma propriedade com, ou oferecida por um estranho. Sem as fotos do anfitrião, provavelmente, reduziria a disposição de alguns hóspedes em usar o Airbnb. No entanto, se o Airbnb tomasse medidas para reduzir a extensão da discriminação, a decisão seria orientada pela ética, em vez do lucro.

A discriminação continua sendo uma preocupação mundial em ambientes de trabalho. Em princípio, o aumento dos mercados online pode reduzir o escopo da discriminação. Cara a cara, as interações revelam automaticamente informações sobre a identidade do usuário, por exemplo, um candidato, entrando em uma sala para uma entrevista de emprego, necessariamente revela gênero, raça e, até, a idade aproximada ao entrevistador. Em contraste, as transações digitais podem reduzir o fluxo de informações indesejáveis ou desnecessárias.

Na verdade, há evidências de que a internet reduziu a discriminação racial nos meios digitais, segundo pesquisa publicada na revista *Retrato das desigualdades de gênero¹³ e raça* do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, publicada em 2011. Mas estes benefícios não são garantidos; os benefícios dependem do design dos ambientes online.

Apesar do potencial da Internet para reduzir a discriminação, os estudos sugerem que plataformas sociais como o Airbnb podem ter o efeito oposto. Cheio de imagens e perfis sociais, essas plataformas facilitam a discriminação. Na verdade, não há nenhuma razão fundamental para que um hóspede veja a foto de um anfitrião antes de fazer uma reserva, nem o hóspede precisa, necessariamente, saber o nome do anfitrião (onde a raça pode ser inferida, no caso de asiáticos, por exemplo).

Observa-se os muitos contextos em que as plataformas online, especificamente, retêm informações dos usuários da plataforma. Por exemplo, antes da compra, um comprador do eBay não pode ver um nome ou foto do vendedor, nem vice-versa. Na verdade, o próprio Airbnb proíbe que anfitriões e hóspedes compartilhem endereços de e-mail ou números de telefone antes de uma reserva ser feita, para que esta troca de informações não permita que as partes contratem diretamente e evitem taxas do Airbnb.

Dada à consideração cuidadosa do Airbnb sobre quais informações estão disponíveis para convidados e anfitriões, o Airbnb pode eliminar ou reduzir a

¹³<https://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/revista.pdf>, Retrato das desigualdades de Gênero e raça, 4ª ed, 2011

divulgação de fotos de usuários dos serviços, não é claro quais informações úteis essas fotos realmente fornecem, o que ocorre, de fato, é o risco de aumentar a discriminação por parte dos hóspedes. Até o momento, nenhum princípio legal ou a demanda do cliente exige ou incentiva o Airbnb a tomar medidas para evitar a discriminação. Assim, citando *Capitalismo Viral (2018)*, de Ricardo Antunes, devemos rever nossa forma de viver nesse mercado precarizado:

É necessário tratar a questão do trabalho sob outra dimensão, o que significa trabalhar apenas o necessário para produção de bens socialmente úteis, por menos horas por dia. Então é preciso reinventar o trabalho humano e social, concebendo-o como atividade vital, livre, autodeterminada, com base no tempo disponível, ao contrário do trabalho salarial e alienado que classifica a empresa de capital também (e mais intensamente) na fase digital de TI. No entanto, deve ser enfatizado que tal proposta ataca e aborda diretamente o sistema de metabolismo social do capital. Este novo empreendimento social, além das restrições de capital, só pode resultar das lutas da classe trabalhadora, dos movimentos periféricos sociais, comunidades indígenas, movimentos negros, de seus jovens, da revolução feminista que articula as lutas contra a opressão masculina com as múltiplas formas de dominação e exploração do capital. É preciso resgatar o espírito comum presente na autenticidade das comunidades indígenas, na vida em busca da felicidade social presente no Quilombo dos Palmares, traçando assim o desenho de uma nova forma de propriedade social que também é diferente de propriedade estatal. (ANTUNES, 2018: 112)

Podemos diagnosticar a gentrificação, liderada pelo Airbnb, como um processo existente em certos bairros populares. No entanto, também mostramos como as ferramentas e programas do Airbnb oferecem (embora limitado) suporte de profissionalização para anfitriões mais marginais, mas não menos empreendedores, que procuram ganhar a vida na indústria de STR.

A verdade é que o Airbnb é o lar de uma variedade de anfitriões mais e menos capitalizados, o que gera uma tensão dentro e também fora da plataforma. Isso porque o que acontece na plataforma não fica lá; as exclusões e desigualdades dos imóveis da plataforma se espalham para os imóveis físicos porque significam custos de vida mais altos para as pessoas.

Neste sentido, a gentrificação do Airbnb deve ser entendida como um modo de “reestruturação de classe” em que as operações da empresa não só fazem determinados

bairros seguros para o investimento das empresas, mas também garantem que sua própria plataforma permaneça em condições ideais para a acumulação de capital em grande escala.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou demonstrar de que forma a empresa Airbnb, voltada para o mercado de habitação, contribuiu para o processo de gentrificação. Apesar dela ser diretamente associada à valorização imobiliária, ela, de fato, envolve muitos outros efeitos sobre a sociedade afetada, as mais pobres.

Grosso modo, quando os habitantes de uma região notam que o local onde vivem está sofrendo o processo de gentrificação. Isso significa que já está ocorrendo um processo generalizado, não em razão somente da presença da empresa Airbnb, mas, muitas vezes, pela implantação de políticas públicas voltadas para o aumento de arrecadação, em que os líderes políticos focam a reabilitação, regeneração, revitalização e promoção da imagem da cidade, deixando à margem os serviços públicos, tão necessários.

Em relação aos outros efeitos negativos do Airbnb, podemos destacar o custo dos negócios do Airbnb que são altos, Airbnb pode gerar uma grande receita. Assim que os proprietários, que têm poder aquisitivo, começam a perceber isso, eles compram outras propriedades no mesmo local ou em locais alternativos. Os aumentos na demanda por propriedades aumentam os preços, é uma teoria simples de oferta e demanda.

Isso começa a expulsar àqueles mais pobres que não suportam os custos daquele lugar e impede a entrada de quem não pode comprar ali. Como o preço da propriedade sobe, muitas pessoas dessas comunidades locais começam a ser expulsas. As pessoas já não podem pagar pela acomodação disponível na área em que vivem e, portanto, são forçadas a se mudar para áreas mais baratas, comumente distante dos centros urbanos.

Outro impacto econômico do Airbnb é a dificuldade de arrecadação de impostos. Hotéis e pousadas tradicionais estão sujeitos a uma série de leis fiscais, desde impostos sobre o emprego de empregados de limpeza e cozinheiros até impostos municipais. É muito mais difícil cobrar impostos dos provedores do Airbnb. Essa perda de receita significa que há menos dinheiro no pote para investimentos comunitários em áreas como saúde ou educação, tendo, portanto, um efeito indireto no bem-estar geral da comunidade.

A presença frequente de turistas também pode trazer uma série de problemas. Os turistas podem ignorar os costumes daquele lugar. Somos um país formado por diferentes povos e culturas. Somos um país laico sim, mas de acordo com o tipo de imigração que determinada região sofreu, teremos costumes locais, que devem ser respeitados. A forma de se vestir, de se divertir ou de cuidar daquele lugar sempre vai impactar os moradores de alguma forma.

Para solucionar o problema da gentrificação não basta que o governo intervenha de forma parcial e isolada, construindo complexos habitacionais sociais, normalmente deslocados do mundo de tão longe, tornando a vida do trabalhador ainda mais difícil, já que ficará distante do trabalho, como por exemplo, *Minha Casa Minha Vida*, o projeto habitacional social do governo.

As pessoas têm o direito de viver onde nasceram, onde têm suas raízes, de fazer parte daquele lugar, ser um agente ativo, e não se tornar mero espectador do que o centro urbano produz. As pessoas mais pobres não podem simplesmente serem deslocadas dos centros urbanos para lugares distantes, retornando apenas para o trabalho.

Medidas governamentais para estabelecer mecanismos de apoio necessário às famílias vulneráveis atingidas pela gentrificação em conjunto com um sério plano de investimento em habitação a preços acessíveis são urgentemente necessários.

Dessa forma, a fim de se reverter os efeitos negativos da gentrificação, muito deve ser feito. O Airbnb deve reconhecer a seriedade desse problema social e elaborar um planejamento urbano antes de entrar numa cidade.

É notório que o surgimento da economia colaborativa se originou a partir da era digital. Alguns podem até dizer que a internet acelerou o processo de gentrificação, impactando especialmente o setor de turismo. Mas, é inegável que o mercado de aluguel de curto prazo fornece uma fonte crescente de demanda que é quase desconectado das economias e mercados de trabalho locais.

REFERÊNCIAS

AIRBNB. *Airbnb in Brazil: Community and Economic Activity*. Acesso em: 20 out. 2020.

AIRBNB. *Airbnb Summer Travel Report: 2020*. Acesso em: 21 out. 2020.

ALGAR, Ray. *Collaborative Consumption. Leisure Report*, Brighton, abril, 2007.

ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho: Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade no mundo do trabalho*. 8ª ed. São Paulo: Cortez, pág.24, 2002.

_____. *O caracol e sua concha: Ensaio sobre a nova morfologia do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2017.

_____. *O continente do labor*. São Paulo: Boitempo, 2011.

_____. *Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 1999.

_____. *Privilégio da Servidão*. São Paulo: Boitempo, 2018.

_____. *Coronavírus: O trabalho sob fogo cruzado*. São Paulo: Boitempo, 2020, não paginado

BADGER, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

BENI, Mário Carlos. *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. São Paulo, Aleph, 2007.

BOTSMAN, R. & ROGERS, R., 2010. *What's Mine is Yours - The Rise of Collaborative Consumption*. 1ªed. Nova Iorque: Harper Business.

BUTLER, T. *For gentrification? Environment and Planning*, 2005.

CARRERA, Andréa do Nascimento Barbosa; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. *O turismo no contexto da sociedade informacional*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v.4, n.2, p.31-48, ago. 2014.

DUANY, A. Três vivas pela gentrificação. *American Enterprise*, 12 (3), pp 36-39, 2001.

GALLAGHER, Alana. *Hotéis pedem regulamentação e tributos para aplicativos de hospedagem*. Rio de Janeiro, EBC Agência Brasil, 11 ago. 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-08/apos-briga-entre-uber-e-taxi-hoteis-pedem-tributacao-aplicativo-de>> Acesso em 16 ago. 2020.

GRISDADE, Ana Paula da Matta. *Os desafios do planejamento da comunicação para implementação de um programa de hospedagem alternativa: o estudo de caso do Projeto "Cama e Café" de Brasília*. Brasília, 2014. Disponível em: <www.repositorio.uniceub.br/bitstream/235/7950/1/51400049.pdf > Acesso em: 27 out. 2019

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GUTTENTAG, D. Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 17 Setembro, Volume 10, pp. 233-263, 2019.

GALDO, Sócrates Jacobo Moquete; VIEIRA JÚNIOR, Astor; SANTOS, Idevaldo José dos. Turismo de experiência: uma proposta para o atual modelo turístico em Itacaré – Bahia. *Revista de Cultura e Turismo*, Ilhéus- Bahia, v. 5, n. 1, p.98-113, jan. 2011.

HARVEY, D. (2008). *O direito à cidade*. *The City Reader* , 6, pp 23-40. Harvey, D. (2010). *Social justiça e da cidade* (1). University of Georgia Press.

HOWE, Jeff. *O Poder das Multidões*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LINGEL, J. (2019b, March 13). The gentrification of the internet. Retrieved October 5, 2020, from Culture Digitally website: <https://culturedigitally.org/2019/03/the-gentrificationof-the-internet/>

KELLER, P. Innovation and tourism policy. In: Oecd, Innovation and growth in tourism. Paris: Oecd, 2006. p.17-40.

LEES, L. Slater, T. & Wyle, E. (2008). *Gentrificação* . Routledge. Lefebvre, H. (1996). *Escritos sobre cidades* , 63 (2). Oxford: Blackwell.

LEES, L. *As urbanas injustiças de novo do Trabalho* “New Urban Renewal”: O caso do Aylesbury Estate em Londres. *Antipode* , 46 (4), pp 921-947, 2013.

MARCUSE, P.. *Gentrificação, Justiça Social e Ética Pessoal*. International Journal of Urban and Regional Research , 39 (6), pp 1263-1269, 2015.

MELO, Camila. B. B. et al. *Crowdsourcing* como uma Ferramenta à Inovação Estratégica Empresarial. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, [s.l.], v. 1, n. 1, p.13-24, 30 dez. 2014. Complexo de Ensino Superior Meridional S.A. 13-24.

PARAYANI, K.; MASOUDI, A.; CUDNEY, E. QFD *application in hospitality industry – a hotel case study*. *Quality Management Journal*, v.17, n.1, p.7-28, 2016.

PEREZ, C. Revoluciones tecnológicas, cambios de paradigmas y de marco socioinstitucional. In: ABOITES, J. & DUTRÉNIT, G. *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2004.

PIACESI, Marianna Ferraz. *A economia colaborativa e seu grande potencial - como as novas tecnologias podem coexistir junto à tradicional e sua relação de consumo entre seus usuários: um estudo de caso sobre as plataformas UBER e AIRBNB*. 2015. 56 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/mahokay/a-economia-colaborativa-e-seu-grande-potencial-como-as-novas-tecnologias-podem-coexistir-junto-tradicional-e-sua-relao-de-consumo-entre-seus-usurios-um-estudo-de-caso-sobre-as-plataformas-uber-e-Airbnb>>. Acesso em: 19 out. 2020.

RIFKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: Makron Books, 2016. ROBBINS, Lionel. *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London: Macmillan, 1945.

RIO DE JANEIRO. Sebrae. Turismo. Relatório de Inteligência. Rio de Janeiro, Junho/2017. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/Semroteirocomvoce/o-perfil-do-turista-para-meios-de-hospedagem-sebrae-rj-relatrio-de-inteligencia>> Acesso em 16 jul. 2019.

SCHOLZ, Trebor. *Platform Cooperativism: Challenging the Corporate Sharing Economy*. New York: Rosa Luxemburg Stiftung, 2016.

SHIRKY, Clay. *Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SUNDARARAJAN, A. What Airbnb gets about culture that Uber doesn't. *Harvard Business Review*, 2016

SANTOS, Milton. *A Urbanização Brasileira*, Hucitec, 1983.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2014.

SHEPPARD, S. Por que a gentrificação é um problema? Disponível [online] <http://web.williams.edu/Economics/ArtsEcon/library/pdfs/WhyIsGentrificationAProblem.pdf> [acessado em 22 de outubro de 2014]

SILVA, Ana Beatriz B. *Mentes Consumistas: do consumismo à compulsão por compras* / Ana Beatriz Barbosa Silva. São Paulo: Globo, 2014.

SLATER, T. (2010). *Gentrificação da cidade*. The New Blackwell companheiro para a cidade, pp 571-585. Slater, T. (2015). Lacunas de aluguel planetário. Antipode. DOI : 10.1111 / antl.12185.

SLEE, Tom. *Uberização: A nova onda do trabalho precarizado*. São Paulo: Elefante, 2017.

SMITH, N & HACKWORTH, J. (2001). O estado de mudança de gentrificação. *Revista de geografia econômica e social*, 92 (4), pp 464-477.

SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. Trad. Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

ZUK, M. et al. (2015). Gentrificação, deslocamento e o papel do investimento público: uma revisão da literatura. No Federal Reserve Bank de San Francisco.