

Airbnb e Seus Anfitriões: Empreendedorismo, Comércio e Colaboração na Economia de Compartilhamento

Maria Elisabeth Goidanich¹

Resumo

Práticas denominadas de “economia de compartilhamento” são cada vez mais frequentes, apresentando uma grande variedade de possibilidades e interpretações. Por isso, têm sido alvo de debates sobre seus significados e implicações. Neste trabalho apresento parte do campo de uma pesquisa sobre a economia de compartilhamento. Por meio de uma etnografia junto aos atores sociais envolvidos em processos de compartilhamento de hospedagem remunerados realizados na plataforma de hospedagem Airbnb, tanto por meio do site na web quanto de aplicativos móveis, busco mapear formas de estruturação desse mercado, significados do compartilhamento para os diferentes atores e de que maneira acontece a colaboração entre eles, problematizando esses conceitos. O foco deste trabalho é a relação entre anfitriões e Airbnb, como companhia, comunidade e plataforma tecnológica. A etnografia permitiu traçar os diferentes perfis de anfitriões – profissionais e amadores –, mapeando espaços de colaboração e pontos de conflito entre eles e entre eles e a empresa. Também estão descritas as estratégias de atuação da companhia e as táticas de resistência utilizadas por anfitriões com relação às pressões capitalistas que identificam em sua atuação. Os resultados contribuem para uma reflexão a respeito da nova economia ou da economia de compartilhamento na atualidade.

Palavras-chave: Hospedagem Compartilhada; Comunidade; Companhia; Nova Economia

Introdução

“É uma plataforma. Tem que saber usar”, assim referem-se os anfitriões ao Airbnb, como forma de encerrar discussões, mesmo depois de longamente discorrerem sobre o Airbnb como uma “Companhia” ou uma “comunidade”. O que explicitam essas três definições – companhia, comunidade e plataforma –, proferidas por funcionários e anfitriões, é a pergunta central deste trabalho. Pensar sobre a disparidade dos significados atribuídos a uma mesma “entidade”, pode contribuir para a compreensão das formas de funcionamento e do sucesso das empresas estabelecidas na “nova” economia, marcada pela flexibilização tanto das relações de trabalho quanto dos meios de produção, que implicam na ascensão das propostas de empreendedorismo, colaboração e compartilhamento e marcam uma etapa do capitalismo, como veremos mais adiante.

Para responder à questão proposta, apresento resultados de uma pesquisa que venho desenvolvendo desde 2014 sobre a hospedagem compartilhada, notadamente, sobre o Airbnb. Em maio de 2016, um pouco antes da realização das Olimpíadas do Rio de Janeiro, comecei a participar mais ativamente da “comunidade” Airbnb, como anfitriã e como pesquisadora, tanto nos meios virtuais quanto presenciais. Assim, compõem os procedimentos etnográficos de coleta de dados, a frequência aos eventos presenciais e a participação em grupos virtuais de anfitriões – na própria

¹ Doutora em Ciências Humanas. UFSC. bethgoida@gmail.com

plataforma, via whatsapp e facebook -, bem como entrevistas longas com alguns anfitriões de diferentes perfis, conforme descrevo mais abaixo.

A presença de dados coletados tanto virtualmente quanto presencialmente justifica-se com base em Miller (2016), para quem o *online* é só um lugar no qual vivemos e conduzimos relacionamentos. Portanto, a abordagem etnográfica deve ser compreendida como uma contextualização holística, ou seja, são as relações em suas totalidades e suas materialidades que devem ser estudadas e compreendidas.

Antes de partir para os relatos etnográficos, faz-se necessária uma reflexão teórica a respeito da, assim chamada, nova economia.

Flexibilização, Colaboração e Compartilhamento na “nova” economia

As tecnologias de informação e comunicação, especialmente a Web 2.0, abriram possibilidades para que práticas² já consolidadas ao longo da história humana, como o aluguel de temporada, o compartilhamento de automóveis e a solidariedade entre vizinhos, fossem institucionalizadas ou intensificadas e provocassem algum abalo ao sistema capitalista tradicional, visível nos conflitos e resistências que emergem em manifestações de taxistas contra o aplicativo Uber,³ em processos judiciais, ao redor do mundo, contra o Airbnb⁴ e, também, na guerra entre os sistemas de comunicação tradicionais e as novas formas de compartilhamento e fruição de conteúdos e pela internet.⁵

Acompanhar essas disputas através dos jornais, TVs e redes sociais permite perceber que os negócios “alternativos”⁶ são tratados, às vezes, com otimismo, por representarem uma transformação positiva nas possibilidades de ocupação remunerada de uma boa parcela da população, entendida como empreendedora. Esta seria a alternativa ao que muitos autores vêm discutindo sobre as consequências do acelerado desenvolvimento tecnológico: o “fim do trabalho” ou sua “flexibilização” (RIFKIN, 1995; CASTELS, 1999; GORZ, 2004; SENNET, 2006).

² Com Warde (2005) considero que o que caracteriza uma prática é que ela consiste de um nexos entre ações e discursos que são relacionados pelos (1) entendimentos do que se deve dizer e fazer; (2) procedimentos - regras, princípios, preceitos e instruções; (3) engajamentos – objetivos, projetos, tarefas, crenças, emoções e humores. Consiste também em uma performance, isto é, o agente é portador de um padrão de comportamento corporal e também de certas formas rotineiras de entendimento, conhecimento e desejo.

³ Por exemplo, <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/09/manifestacao-de-taxistas-contr-uber-trava-ruas-importantes-do-centro-de-sp.html> Acesso em 30 de setembro de 2015

⁴ Por exemplo, <http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/05/morador-de-nova-york-e-processado-por-oferecer-imovel-pelo-site-airbnb.html>, Acesso em 30 de setembro de 2015

⁵ Por exemplo, <http://www.ebc.com.br/noticias/2015/08/operadoras-de-telefonica-pedem-regulamentacao-do-uso-do-whatsapp-e-netflix> Acesso em 30 de setembro de 2015

⁶ Os negócios alternativos têm sido interpretados como criação de disrupção, que significa o surgimento de serviços que mudam paradigmas e afetam mercados e práticas estabelecidos, especialmente através das tecnologias (BOWER e CHRISTENSEN, 1995).

O otimismo também aparece na interpretação da “economia compartilhada” como possibilidade de acesso a serviços mais baratos e qualificados por parte dos usuários, bem como no entendimento de que essas práticas representam a emergência de novos modos de relação entre as pessoas, novas formas de proteção ao meio ambiente, ou seja, representariam uma transformação nas mentalidades (BOTSMAN e ROGERS, 2010). Alguns, ainda, acreditam que esta é uma oportunidade de colocar em xeque a exploração típica do sistema capitalista mais geral.

Em outros casos, as análises são pessimistas e muitos são os argumentos apresentados. Entre eles, a consideração de que essas práticas subverteriam a ordem estabelecida, atuando fora do mercado formal. Para os pessimistas, este fato implica em riscos para os usuários, já que em muitos dos locais onde há oferta de hospedagem compartilhada de temporada (compartilhamento da própria casa) ou de automóveis, não há legislação sobre o assunto. Também consideram um risco para a soberania das cidades e dos Estados onde essas práticas acontecem, pois ferem ou atuam fora das leis estabelecidas.⁷ Para muitos, elas representam competição desleal e práticas ilegais por não pagarem impostos previstos para cada ramo de negócios.⁸

Este debate não é simples, assim como não é simples a definição dos mercados como formal ou informal, como bem demonstram Molina e Valenzuela (2007). Estes autores salientam que “a economia formal e a informal constituem dois mundos totalmente inter-relacionados e cuja importância relativa depende do rigor da intervenção pública ou normativa.”(MOLINA e VALENZUELA, 2007, p. 145)

Efetivamente, os sites e plataformas que se definem como de “economia de compartilhamento” são empresas formalmente estabelecidas que atuam globalmente, mas precisam adaptar-se às legislações locais. Isso só acontece depois que passam a ser utilizados com intensidade por habitantes das diferentes cidades, como acontece em Nova York, Amsterdam, Barcelona e Paris, entre outras localidades, com a plataforma de aluguel de temporada Airbnb. Esta responde a diversos processos judiciais e tem sido obrigada a pagar multas elevadas.⁹

É certo que Airbnb, Uber e outras plataformas baseadas na internet com atuação extranacional implicam, como já antes as grandes indústrias e marcas multinacionais implicavam, em necessidades de regulação específica, pois tendem a burlar leis e normas locais, mas é certo, também, que os conflitos em torno de seu

⁷ Conforme <http://www.manualdousuario.net/uber-disrupcao-lei/> Acesso em 21 de maio de 2016

⁸ Os setor hoteleiro do Brasil, sem muita ênfase, tem solicitado, junto às autoridades a taxaço do serviço, como acontece em outros países. Conforme matéria na Revista Época, disponível em <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Dilemas/noticia/2015/09/brasil-quer-que-mercosul-taxe-airbnb.html> Acesso em 30 de setembro de 2015.

⁹ Nem sempre é a própria plataforma que paga multas, mas os proprietários dos imóveis, como este caso em Paris: <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/40806/Contra+alugueis+ilegais+de+imoveis+no+airbnb+paris+multa+proprietarios+em+ate+r+280+mil.shtml>. Acesso em 22 de junho de 2016.

Algumas cidades tentam proibir o uso da plataforma, como é o caso de Berlim, recentemente: http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/pme/start_ups/detalhe/berlim_proibe_arrendamento_pela_airbnb_multas_podem_chegar_a_100_mil_euros.html. Acesso em 22 de junho de 2016

crescimento escancaram a importância de uma reflexão globalizada sobre o modelo capitalista que, se por um lado está mais flexível, por outro tende a concentração cada vez maior da riqueza e a consequente exclusão da maior parte da população. (GORZ, 2004; PIKETTY, 2013; EISENSTEIN, 2011).

Gorz (2004, p. 29) propõe, referindo-se ao capital financeiro, que “... a resistência aos atores dessa mundialização exige, antes de tudo atores de uma outra mundialização, conduzidos por uma visão, uma solidariedade, um projeto de civilização planetários.” Neste sentido, essas novas/antigas formas de transação e processos de troca entre indivíduos em uma sociedade que transcende as barreiras dos Estados-Nação, graças aos avanços tecnológicos, oportunizam visibilidade a práticas que vêm sendo entendidas como alternativas ou denunciadas como provocadoras das desigualdades planetárias.

Ao tomar-se como ponto de partida a economia de compartilhamento baseada nas novas tecnologias, pode-se refletir sobre as noções de “novo”capitalismo e “nova” economia, em que, de acordo com Castells (1999), as tecnologias de geração de conhecimento, processamento de informação e de comunicação são a fonte de produtividade, cujas características principais, elencadas por autores das mais diversas linhas, seriam a flexibilização - ou seja, mais lucro tem não quem produz, mas quem coordena os processos produtivos -; a crescente valorização de aspectos intangíveis - como as marcas, ou a ausência de propriedade física dos bens, como é o caso do Airbnb -; a aceleração e abrangência dos processos de adoção de novos serviços e mercados propiciados pela internet; o desaparecimento das barreiras físicas entre os mercados; o estímulo ao empreendedorismo graças às possibilidades de contato direto entre produtores e consumidores e até a atuação do que muitos chamam de “prosumers”,¹⁰ a partir de expressão cunhada, em 1980, por Alvin Toffler (RITZER, 2015).

Entretanto, é importante considerar que a rede mundial de computadores, chamada web 2.0, também oferece oportunidades de compartilhamento não comercial. É neste sentido que se levanta a questão semântica que perpassa todo o debate a respeito da economia de compartilhamento. Grande parte dos fenômenos rotulados como compartilhamento na web 2.0 são, de acordo com Belk (2014), meras apropriações deste “termo socialmente desejado”, provocando disputas culturais, novas leis de propriedade e a caracterização do compartilhamento, em alguns casos, como roubo, contravenção ou pirataria. Por outro lado, as práticas de compartilhamento são defendidas como economia da dádiva, compartilhamento da riqueza e participação *on line*.

¹⁰ De acordo com Ritzer (2015, p. 413), o processo de *prosumption* envolve a inter-relação de produção e consumo, onde fica difícil, se não impossível, esclarecer e distinguir um do outro. Este autor discorre sobre as graduações desta relação, destacando que produção e consumo são seu extremos, uma vez que um sempre esteve envolvido com o outro. Grosso modo, considera os modelos de *prosumption* uma forma de exploração capitalista.

John (apud BELK, 2014) conclui que compartilhamento na era da internet tem, para os usuários, conotações de interdependência, confiança, comunidade, altruísmo, doação e cuidado. Para este autor, a possibilidade de compartilhar tornou-se a característica definidora das redes sociais e, provavelmente, de toda a internet.

É nessa possibilidade de compartilhamento que se funda a ideia de consumo colaborativo. Desde que surgiu como conceito, a colaboração entre consumidores se tornou sinônimo de avaliações de produtos e serviços para que outros consumidores tivessem fontes seguras de informação para a tomada de decisões e escolhas. O compartilhamento de opiniões, produtos e serviços também é entendido como colaboração entre “comunidades” de consumidores, mesmo que eles não se conheçam. Por isso, os conceitos de economia de compartilhamento e consumo colaborativo são correlatos. Botsman e Rogers (2010), em seu livro *O que é seu é meu: como o consumo colaborativo vai mudar seu mundo*, não conseguem definir um sem se referir ao outro. Inicialmente, então, pode-se dizer que o compartilhamento depende da colaboração entre indivíduos e grupos.

Em geral, propostos por empresas nos mais variados modelos e ramos de negócios, os modos de compartilhamento conduzem a uma gama enorme de diferentes interpretações que, como salienta Belk (2014), torna difícil a tarefa de discernir onde termina o compartilhamento e onde começa o comércio. O autor sugere que na Web 2.0, assim como acontecem práticas de compartilhamento fundadas na dádiva, também existem o que ele denomina de práticas de pseudo-compartilhamento, cuja definição seria uma relação comercial mascarada de compartilhamento comunitário.

Embora envolvidos em diversas controvérsias, a realidade mostra que cada vez mais pessoas aderem aos processos de compartilhamento mediados pelas tecnologias. No mundo todo, crescem os números de usuários de serviços como Uber e Airbnb – tanto como clientes, quanto como fornecedores.¹¹ Também é grande o número de pessoas que se propõem a compartilhar sem ganhos monetários, baseadas apenas na generosidade e no prazer, através da rede, pois, como observam Graeber e Lanna (2012), para a maior parte da humanidade, as atividades mais prazerosas quase sempre envolvem compartilhar alguma coisa: música, comida, bebida, drogas, fofocas, dramas, camas. “Existe um tipo de comunismo dos sentidos nas raízes da maior parte das coisas que consideramos divertidas.”

O Airbnb

O Airbnb define-se como “um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de uma tablet.” Fundado em 2008, por dois jovens americanos que identificaram a oportunidade de ter um dinheiro

¹¹ O crescente nível de desemprego no Brasil tem resultado no aumento do número de motoristas que oferecem serviço de Uber e o aumento de ofertas de quartos para alugar via Airbnb. Para algumas famílias, são alternativas para a complementação da renda familiar, para outras tem-se tornado a única fonte de renda, conforme relatos colhidos no cotidiano, na cidade do Rio de Janeiro.

extra para pagar seu aluguel oferecendo um colchão de ar em seu apartamento em um período no qual as acomodações da cidade estavam escassas, hoje atua em 34 mil cidades de 191 países. Conta com mais de sessenta milhões de hóspedes e dois milhões de acomodações.¹² No Brasil, são mais de cem mil ofertas de hospedagem, sendo quarenta mil só na cidade do Rio de Janeiro. Durante o período das Olimpíadas 2016, observou-se um enorme crescimento da oferta de acomodações na cidade.

As acomodações encontradas no Airbnb são muito variadas, desde um quarto compartilhado – algumas vezes até o cômodo de serviço – até apartamentos de cobertura em bairros privilegiados, como bem define o próprio site:

Não importa se você precisa de um apartamento por uma noite, um castelo por uma semana ou um condomínio por um mês: o Airbnb conecta as pessoas à experiências de viagem únicas, preços variados, em mais de 34.000 cidades e 191 países. Com um serviço de atendimento ao consumidor de nível internacional e uma comunidade de usuários em crescimento constante, o Airbnb é a maneira mais fácil de transformar seu espaço extra em dinheiro e mostrá-lo para milhões de pessoas.

No excerto acima, é possível identificar algumas das palavras-chave do negócio do Airbnb que estão presentes nos discursos de seus funcionários e anfitriões: “conecta”, “experiências de viagem”, “preços variados”, “comunidade” e “espaço extra transformado em dinheiro.”

Este último pode ser interpretado como estímulo ao empreendedorismo. Para além dos proprietários de imóveis que disponibilizam seus espaços, giram em torno do Airbnb uma série de outros negócios: serviços de administração de alugueis de temporada – empresas ou pessoas físicas que se encarregam de gerenciar todo o processo para proprietários de imóveis, do anúncio à limpeza, *check in* e *check out*, reparos e atendimento aos hóspedes; serviços de turismo, como traslado, passeios, indicação de restaurantes, shows, etc; prestadores de serviços como faxinas, lavanderia, decoração, etc; e, até, empresas especializadas na formação de anfitriões e no debate das políticas de hospedagem, incluindo marketing, preços, etc.

Os Anfitriões

Dados da própria companhia dão conta de que os anfitriões cariocas têm uma média de idade de 44 anos e mais da metade é do sexo feminino (53%). Podem ser classificados entre profissionais, híbridos e amadores. “Profissionais” e “amadores” são categorias nativas, interpretadas de formas diferentes por cada um dos perfis. Já “híbrido” é uma classificação que estabeleci com base nas observações de campo.

Como profissionais são designados os proprietários de muitos imóveis ou administradores de muitos imóveis – *property managers* - que usam a plataforma do Airbnb para anunciá-los, mas também usam outras opções de plataforma como o mais citado Booking.com e outros. São pessoas cuja atividade principal é a de administração de imóveis de aluguel de temporada. Muitos destes acabam por oferecer toda uma gama de

¹² Conforme o site do Airbnb <https://www.airbnb.com.br/about/about-us>, acesso em 05 de maio de 2016

serviços extras. É o caso de F., formado em marketing, ingressou no Airbnb em 2011, quando o site recém chegava ao Brasil. Com a herança que recebeu de sua avó, F. comprou um pequeno apartamento em Copacabana para alugar por temporada. Foi seu primeiro hóspede, indicado por uma prima, que o apresentou ao Airbnb. Em 2012, devido a pedidos de parentes e amigos para administrar seus anúncios e apartamentos, F. largou o emprego e passou a se dedicar exclusivamente à atividade. Fez um curso profissionalizante em turismo e abriu uma agência. Hoje, além de administrar 50 apartamentos junto com a sócia que conheceu em reuniões do Airbnb, F. ainda presta serviços turísticos (transfers, excursões, e, eventualmente, câmbio).

Há aqueles anfitriões que se mostram como um híbrido entre profissional e amador. São os que transformam suas casas em pousadas do tipo Bed and Breakfast, colocando quartos e serviços de hotelaria à disposição dos hóspedes. Esses, em geral, também utilizam outras plataformas para anunciar. Pensam em ter esta como fonte principal de renda, mas ainda ocupam-se com outras atividades econômicas. Como é o caso de S., italiana, que no final do ano de 2015 alugou um apartamento em Copacabana especialmente para este fim. Oferece quatro quartos, decorados quase como quartos de hotel e café da manhã. Sua cozinha tem um fogão industrial, pois, caso o hóspede encomende, prepara almoço e jantar com pratos da culinária italiana determinados em um pequeno cardápio. Ela e a companheira moram na área de serviço, que tem dois quartos e um banheiro. O apartamento, mesmo confortável, tem uma decoração limpa e sóbria e não se vê, na sala, objetos de valor afetivo. Confortável, não impessoal, mas também não pessoalizado, já na entrada se vê uma placa com a logomarca do Airbnb, deixando claro que aquele espaço é mais do que a residência de alguém. S. e L., sua companheira, têm outras fontes de renda. Quando, em uma das visitas que fiz a elas, me referi ao apartamento como um negócio, ambas manifestaram discordância: “não é um negócio. A gente vive aqui.” Durante a entrevista, entretanto, em diversas ocasiões afirmaram não terem ainda conseguido definir o perfil do “target”, bem como longos debates a respeito de preço e estratégias de conquista de hóspedes. Linguagem tipicamente empresarial.

Já os que chamei de amadores são aqueles anfitriões que colocam seu quarto ou espaço extra para alugar. Às vezes o próprio quarto ou o apartamento em que vivem, mudando-se, durante o período, para outro cômodo ou para a casa de parentes. Esses entendem a atividade como complementação de renda e oportunidade de experiência de vida, sendo esta última descrição muito significativa e, em alguns momentos, encobrir a relação comercial estabelecida entre anfitriões e hóspedes. Como K., divorciada com dois filhos ainda pequenos. Seu apartamento, em um bairro da Zona Sul do Rio de Janeiro, não tem muitos móveis. A sala é ocupada por uma mesa simples de madeira, cadeiras, um sofá, uma estante e uma televisão na qual os filhos de 8 e 7 anos jogavam videogame no dia em que fui visitá-la, todos com as marcas do tempo e do uso. É uma família monoparental que recebe hóspedes frequentemente. Não serve café da manhã, mas permite que o hóspede use a cozinha. Para K., essa oportunidade de convivência será um “registro na vida das crianças.”

Ela afirma ter ficado muito amiga de seus e suas hóspedes e que ser anfitriã é um traço de sua personalidade desde a juventude, quando vivia em repúblicas de estudantes.

A. é outro exemplo de anfitriã amadora. Afirma ter ingressado no Airbnb por conta da mudança de bairro. Morava em Ipanema, onde havia “muita energia circulando” e, hoje, mora em uma casa no Cosme Velho, bairro mais residencial, quase “Itaipava no Rio de Janeiro”, como descreve. Por gostar de gente e movimento, A., que foi apresentada ao Airbnb pela filha, decidiu colocar um quarto de sua casa para alugar. “Eu não viajo pelo mundo, o mundo vem até a minha casa”, ela diz. Afirmação que também fazem outros anfitriões em eventos e depoimentos. O dinheiro que recebe pelas hospedagens, dedica à manutenção de sua casa. A. mantém contato com muitos de seus hóspedes, na maioria Europeus.

Observa-se, em cada perfil descrito acima, diferenças entre as expectativas, as relações e os usos que fazem do Airbnb que resultam em entrelaçamentos e dissonâncias nos discursos e práticas de anfitriões com a “Companhia”, a “comunidade” e a “plataforma”.

Airbnb – A Companhia

A primeira vez que ouvi uma referência ao Airbnb como uma “companhia”, além do que está escrito na versão em inglês do site, uma vez que este termo remete à denominação das empresas norte americanas, foi num evento que reunia a “comunidade” do Airbnb. O CEO brasileiro, ao dar boas vindas aos anfitriões que participavam de uma ação de voluntariado em uma comunidade da favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, falou da satisfação da companhia em patrocinar aquela ação. O tom utilizado por ele fez lembrar das inúmeras situações em que presenciei diretores de empresas se dirigirem a seus funcionários, o que me causou estranheza, já que a maior parte dos presentes não tinha relação trabalhista com o Airbnb. Posteriormente, em conversas com anfitriões, ouvi novamente esta denominação, reproduzindo, em alguma medida, os discursos proferidos em eventos e no próprio site/plataforma.

Certamente, o Airbnb é uma companhia que, como muitas baseadas nas novas tecnologias, teve um crescimento vertiginoso e, hoje, estima-se seu valor em trinta bilhões de dólares.¹³ Como Companhia, o Airbnb garante seu lucro gerenciando a plataforma, estabelecendo e mediando as relações entre anfitriões e hóspedes e desses com a própria companhia. Para atingir seus objetivos mercadológicos, atua na animação da comunidade, determina políticas de preço, de prestação de serviços, de marketing e de incentivos para a formação de anfitriões. Como companhia, também, deixa sempre clara a sua opção por manter uma estrutura “ enxuta”, o que significa poucas pessoas com vínculo empregatício – no Brasil, são vinte e dois funcionários, todos em São Paulo -, embora reúna e administre, como mostrei acima, milhares de fornecedores, entendidos como parceiros. Entre os funcionários, ocupações típicas da “nova” economia

¹³ Conforme <http://corporate.canaltech.com.br/noticia/startups/airbnb-e-avaliado-em-us-30-bilhoes-apos-nova-rodada-de-investimentos-80945/> Acesso em 29 de setembro de 2016

podem ser encontradas, como a de “*community manager*”. Além disso, desde julho de 2016, conta com uma área específica de Políticas Públicas, cuja atividade principal é antecipar-se às possíveis legislações que regulamentem ou até proíbam a atividade no Brasil, a exemplo do que acontece em outras cidades ao redor do mundo. Seis de seus vinte e dois funcionários dedicam-se a esta atividade.

Parte da “nova” economia, o Airbnb é um dos melhores exemplos da flexibilização, pois, embora seu lucro seja baseado no aluguel de acomodações de temporada, não possui um único imóvel. Ao mesmo tempo, concentra cada vez mais poder e lucro sobre o negócio de aluguel de temporada. A cada aluguel via Airbnb, a companhia embolsa entre 3% do valor cobrado pelo anfitrião e cobra dos hóspedes taxas de administração de até 15% sobre o valor total da temporada (Até as olimpíadas, essa taxa variava de 6 a 12%).

No Rio de Janeiro, conforme afirmam os anfitriões profissionais, é a líder no mercado de aluguel de temporada. Esta posição permite que determine preços e políticas. Mas já “está perdendo mercado,” ainda de acordo com a percepção dos profissionais. F. estima que o Airbnb é responsável por trinta por cento do faturamento do setor, sendo os setenta por cento restantes distribuídos entre outros sites mais profissionalizados, sendo o mais citado, o Booking.com.

“Hoje estou muito insatisfeito com o Airbnb”, afirma um dos anfitriões profissionais que entrevistei, seguido por diversos outros da mesma categoria. Na opinião deles, a companhia cresceu muito rápido e, com isso, perdeu na organização, criou sistemas muito fechados e não está escutando o anfitrião como fazia anteriormente. Ou seja, estaria perdendo a flexibilidade ao estabelecer regras rígidas e dar sempre razão aos hóspedes. Especialmente os hóspedes americanos, pois temem processos judiciais: “vão sempre abrir as pernas para os americanos.”, afirma F. ao relatar o caso em que uma reserva foi cancelada em cima da hora e a hóspede americana, que vinha a trabalho para o Brasil, explicou para ele que o cancelamento era causado por uma mudança nos planos de trabalho, enquanto para o Airbnb afirmou que não vinha por medo de contrair o vírus da Zika.¹⁴

Entre as queixas, em todos os perfis de anfitriões, destaca-se o fato de a companhia estar forçando os preços para baixo depois do final das Olimpíadas e a presença de ofertas em demasia, o que prejudicaria a imagem da companhia, pois nem todos os anfitriões recebem de acordo com o “espírito” do Airbnb, baixando a qualidade dos serviços prestados. Como este anfitrião profissional colocou no grupo de Whatsapp:

Será que o Airbnb está com a infeliz estratégia de, após consolidada a massa crítica de anfitriões, explorá-los a qualquer preço, fornecendo ferramentas que derrubam nossos preços, e eles aumentam os lucros deles em 25%, aumentando a receita deles em cima dos hóspedes de 12 para 15%?

¹⁴ São inúmeros relatos de reservas canceladas por causa da epidemia de Zika. Em todos esses cancelamentos, o Airbnb ressarciu o hóspede em detrimento das normas de cancelamento dos anfitriões causando prejuízo a esses.

Nos fóruns e grupos de discussão via web ou nos eventos que não são organizados pelo Airbnb, os anfitriões buscam eco em suas queixas, propondo movimentos coletivos para que o Airbnb retire anúncios que tenham baixa qualificação ou estejam inativos. Em seguida, sempre um relembra que o Airbnb é aberto e que não vai tomar este tipo de “atitude arbitrária”, já que sua filosofia é a de uma “comunidade.”

O que se observa é que há pressões e arbitrariedades sobre anfitriões que vão do preço à maneira como se deve receber o hóspede e os tipos de serviços que devem ser prestados. Essas pressões são sentidas e referidas de formas diferentes entre os profissionais e os amadores. Como exclamou um profissional ao falar das políticas do Airbnb: “fazem cara de bonzinhos, mas são miseráveis...tratam o anfitrião como se fosse funcionário. Não é. É o meu espaço.” Outro anfitrião profissional fala em hipocrisia do Airbnb, que diz trabalhar em parceria com os anfitriões, mas “o que eles vão te falar é uma coisa, o que eles pensam é outra.”

Nem todos os anfitriões amadores percebem mudanças nas políticas da companhia para além do preço. A., porém, que por motivo de doença ficou fora do Airbnb por seis meses, diz que “mudou muito”, tanto no perfil do hóspede quanto no perfil do anfitrião, justificando, também, pelo crescimento acelerado. Para ela, o Airbnb está perdendo o “espírito” da sua fundação ao incentivar a profissionalização, isto é, abrir espaços para os administradores de imóveis de aluguel de temporada. K., por outro lado, é uma apaixonada pelo Airbnb, tanto pela experiência de hospedar quanto pela forma de atuação da companhia. Para ela, não houve qualquer mudança, o Airbnb “é um lugar onde eu gostaria de trabalhar. É fiel aos seus valores desde o início.” Há lugar para todos, ela acredita.

Como uma companhia da nova economia, ou da economia de compartilhamento, o Airbnb estabelece seus valores ou princípios nas noções de segurança, confiança, reputação e prestígio. As três primeiras são explicitadas em documentos e discursos. Prestígio, entretanto, é uma estratégia utilizada pelo Airbnb para manter seus anfitriões motivados.

Por segurança, os anfitriões entendem tanto a forma como o Airbnb permite selecionar os hóspedes, verificando suas informações e identidade, quanto a certeza de que se receberá o valor das diárias conforme a reserva feita. Nela está também imbricada a noção de confiança¹⁵, formada pelas regras que determinam que se pode confiar tanto na companhia, quanto nos anfitriões e hóspedes. O Airbnb cumpre o que promete, desde o pagamento correto das diárias, até a mediação da relação com os hóspedes, pagando prejuízos que porventura esses venham a causar ao anfitrião (embora, como já referi acima, isso esteja mudando e os hóspedes “têm sempre razão.”)

¹⁵ Segurança e confiança na relação entre hóspedes e anfitriões, quando em convívio, serão abordados em outra oportunidade. Neste trabalho, o foco está nos anfitriões e suas relações com o Airbnb companhia, comunidade e plataforma.

Inúmeros casos de constrangimentos são relatados pelos anfitriões, principalmente os profissionais e os que alugam apartamento inteiro. De acordo com eles, essas situações passaram a ocorrer mais recentemente. Hóspedes que entram no apartamento, quebram ou sujam alguma coisa, depois fotografam e enviam para o Airbnb pedindo ressarcimento da hospedagem como se o estrago fosse anterior a sua chegada, hóspedes que reservam apartamentos para um número x de pessoas e trazem um número maior, são algumas situações que mancham as relações de confiança entre hóspedes, anfitriões e Airbnb. A questão, destacam os anfitriões, não é só financeira, mesmo que seja a que mais pesa, mas também de reputação. Avaliações ruins levam a baixa procura ou rejeição ao anfitrião no site.

Mesmo que o Airbnb trabalhe com locação de propriedades por temporada, são as pessoas dos anfitriões que aparecem avaliadas na plataforma, o que gera conflitos entre profissionais e amadores. Para os amadores, um perfil de anfitrião que recebe comentários por cinquenta imóveis explicita a desigualdade, pois provavelmente terá muito mais comentários do que aquele que aluga apenas um quarto em sua casa e ambos estão concorrendo para a conquista do título de *Super Host*. Já os profissionais defendem que os perfis de hóspedes que alugam uma propriedade inteira e dos que alugam apenas um quarto é diferente. O primeiro está mais para o hóspede de hotel, enquanto o segundo procura a experiência de viver com um local – *homestay*.

Reputação e prestígio, então, são fundamentais para os anfitriões. Quanto mais comentários positivos um anfitrião recebe, maiores são suas chances de conquistar reservas. Todos se desdobram para agradar os hóspedes de forma a receberem uma boa avaliação.¹⁶ Os anfitriões fazem exercícios permanentes de autoavaliação para entender o que agrada e o que não agrada seus hóspedes.

Entre os amadores, K. se pergunta: “por que a minha casa?”, A. busca explicar a escolha pelo seu espaço em função de seu próprio perfil. Muitos anfitriões comentam que há, mesmo que por meio de uma plataforma tecnológica, identificação entre anfitriões e hóspedes, que a forma como cada um se descreve determina o tipo de hóspede que vai receber. Neste sentido, relatos de passeios com os hóspedes, programações completas para o período em que estarão na cidade, jantares especiais, intimidades e diversão são abundantes nos eventos presenciais e nos grupos virtuais.

Já os profissionais, encaram o desafio de serem eficientes no *check in*, *check out*, limpeza, cobrança, orientação e outros serviços. Cercam-se de outros profissionais para garantir a realização dos serviços e, em alguns casos, estabelecem relações pessoais com seus hóspedes. Por isso, F. destaca que o crescimento do Airbnb permitiu a entrada dos “oportunistas que querem só se dar bem, não sabem receber o hóspede, ajudar.” O hóspede de F. “nunca vai encontrar a chave na portaria,” sempre haverá alguém para recebê-lo e dar orientações.

¹⁶ Tema, como já disse, que será abordado em outra ocasião.

Todos esses cuidados têm como finalidade receber uma boa avaliação dos hóspedes. As motivações são variadas e, para além de garantir novas reservas, estão ligadas à construção de reputações e à autoimagem dos anfitriões.

Enquanto a reputação se constrói nos comentários e agradecimentos deixados pelos hóspedes na plataforma, o prestígio se dá na relação com a Companhia e com os outros anfitriões. Há mecanismos formais, empregados pelo Airbnb, no sentido de estimular e valorizar o prestígio. Um deles é o título de *Super Host*. Em todos os eventos que participei, entre as primeiras perguntas dirigidas a mim por outros anfitriões era: “você é *Super Host*?”

Para ser um *Super Host* é necessário cumprir critérios de desempenho estabelecidos pelo Airbnb e medidos a partir dos *feedbacks* dos hóspedes. São eles: taxa de compromisso – pressupõe nunca cancelar uma reserva realizada; taxa de resposta – pressupõe responder a todos os pedidos, rapidamente; e classificação geral – medida pelo número de estrelas, de uma a cinco, atribuídas pelos hóspedes aos critérios limpeza, precisão, comunicação, valor, chegada e localização, no período de um ano.

Ser um *Super Host* revela o reconhecimento da companhia e da comunidade sobre a excelência de um anfitrião e tem significados variados entre os membros da comunidade. É um título desejado por todos. Os super anfitriões têm o selo em seus perfis na plataforma, o que, teoricamente, contribui para a tomada de decisão dos hóspedes. Entretanto, não é tão significativo assim para este fim. É, efetivamente, um título de prestígio, como ilustra esse comentário de K., anfitriã amadora:

Tudo mudou quando me tornei uma *Super Host*. Passei a ser convidada para eventos. Fui tomar café com o fundador do Airbnb quando ele veio ao Brasil. Imagina! Você lá, toda simplinha, tomando café da manhã com o dono da empresa!...O Airbnb trata todo mundo igual, mas eu sei que sou especial para eles.

“Eu fui *Super Host* e perdi quando fiquei doente, agora estou batalhando para voltar”, explica A., também amadora. Para ela, há diferenças bem significativas entre ser ou não super host, especialmente porque dentro do Airbnb recebe tratamento diferenciado, é convidada para participar de eventos e opinar.

F., profissional, não vê tanta vantagem em ser *Super Host*. Ironiza a ideia de prestígio envolvida no título: “Sou super anfitrião, sou super heroi!” Não vê diferença no número de reservas, nem no tratamento que recebe do Airbnb se comparado com os *Super Hosts*. Critica a mudança dos critérios para a conquista do título: “Antes vinha uma comissão, você era entrevistado e checado, agora a decisão é mecânica.” Segundo ele, o anfitrião recebe o título, mas o que é avaliado é o imóvel, o que seria uma forma injusta de avaliação. Destaca, novamente, as desvantagens do crescimento acelerado do Airbnb que exigiu o estabelecimento de normas padronizadas, menos flexibilidade e menos valoração das pessoas – anfitriões e hóspedes.

Muitos reconhecem o título de *Super Host* como uma estratégia mercadológica. Especialmente quando a discussão não está nos fóruns oficiais da companhia. Como esta fala no Whatsapp:

31/8 17:41]Concordo com vcs.. Eles vendem muito bem o selo de Superhost. O selo te prende à plataforma. É uma estratégia de marketing das mais antigas! Em algum momento o awareness dos hóspedes para o selo de superhost deve aumentar, mas não vai ser por agora.. aí vai ser muito bom.

A companhia pouco investe em publicidade. Baseia sua estratégia de comunicação na web e nos próprios anfitriões/parceiros. Usa as imagens e histórias de vida dos anfitriões como exemplos para estimular o bom desempenho e a “superação.”, divulgando-os no próprio site e nos eventos que realiza. “Tem cada história de chorar”, comenta K. São casos de pessoas que superaram depressão, mudaram de vida por conta da troca de experiências e vivências com os hóspedes ou que tiveram tempo sobrando para se dedicar a trabalhos voluntários em função de terem colocado seus espaços para alugar via Airbnb, etc. “O Airbnb adora essas histórias”, diz, com certa ironia, B., anfitriã profissional.

A companhia Airbnb anima a sua comunidade com essas e outras histórias promovendo eventos e abrindo espaços para fóruns de discussão dentro do próprio site. Como é “enxuta”, repassa para os anfitriões a maior parte do que seriam responsabilidades de uma companhia da economia tradicional. Não só no que diz respeito a receber os hóspedes e garantir a qualidade dos serviços prestados ou na manutenção adequada das condições físicas das acomodações, como também na orientação e treinamento de novos anfitriões quanto ao uso da plataforma e a relação com os hóspedes, a divulgação e promoção da marca e na defesa de seus interesses junto ao poder público sem que, para isso, seja necessário remunerar anfitriões pelo trabalho.

Airbnb – A comunidade

A cidade do Rio de Janeiro, por suas características de grande destino turístico no Brasil, tem a maior parte dos anúncios de acomodações do Airbnb, o que significa muitos anfitriões. Destaco que nem todos os anunciantes do Airbnb participam das atividades “comunitárias.” Portanto, neste trabalho, concentro-me nos que participam ativamente, se conhecem virtual ou pessoalmente e se responsabilizam por estimular os encontros e debates, orientar e receber novos participantes.

A comunidade Airbnb é “plural”, como os próprios participantes definem. Reúne profissionais e amadores dos mais diversos perfis. A participação é livre. A princípio todos teriam acesso a todos os eventos. Anfitriões convidam outros anfitriões amigos para se inscreverem nos grupos virtuais e para participarem dos eventos presenciais. Entretanto, há distinções nas formas de chamar para a participação e no tipo de privilégio para a participação. Existem os grupos virtuais e presenciais dirigidos apenas aos Super Hosts. Esses são convidados a opinar sobre as políticas das empresa (nem todas) e a liderar eventos. Junto com funcionários, esses Super Hosts também atuam na seleção de anfitriões cuja forma de atuação e postura em eventos ou grupos virtuais podem torná-los histórias a serem contadas ou lideranças. Como conta K. “eles

estão sempre de olho.” Identificados, esses anfitriões novos na comunidade recebem tratamentos diferenciados, convites especiais e informações privilegiadas. É a ideia de prestígio colocada em prática nessas ocasiões.

O Rio de Janeiro é, por conta da quantidade de anúncios e por ser forte destino turístico, um dos locais onde o Airbnb mais estimula o encontro entre anfitriões, seja via plataforma, na Central da Comunidade ou no Clube de Anfitriões, seja através de encontros presenciais. Cada espaço dentro da plataforma tem objetivos específicos.

A Central da Comunidade está ali com o intuito de reunir anfitriões que respondam às dúvidas de outros anfitriões sobre como receber, resolver problemas com os hóspedes e sobre como usar a plataforma, já que “os funcionários do Airbnb não sabem usar a plataforma. Você liga para a central de atendimento e tem que ensinar a atendente a usar”, dizem K. e F., reforçados por praticamente todos os anfitriões com os quais conversei. Esse tipo de ajuda mútua, sobre o qual falarei um pouco mais adiante, extrapola a central da plataforma e aparece tanto nos grupos de whatsapp quanto nos do facebook, como ilustra a conversa de whatsapp a seguir:

[29/9 15:57] A: Gente. Estou tentando falar no telefone com o Airbnb não consigo, a gravação manda entrar em contato online mas online só consigo acessar aquelas perguntas padrão, que obviamente não me atendem, e não vejo opção para Escrever uma pergunta nem FALAR online com alguém.

Vocês sabem como fazer isto?

[29/9 15:58] D.: Algo que podemos ajudar?

A conversa acima não devia dizer respeito a algo que a comunidade pudesse ajudar ou foi transferida para um chat privado, pois não houve resposta. Entretanto, explicita o quanto é difícil entrar em contato com o próprio Airbnb e como os anfitriões estão disponíveis para ajudarem e esclarecerem dúvidas.

Já o Clube de Anfitriões é uma novidade. A ideia partiu de um anfitrião americano com o objetivo de reunir anfitriões para defender a atividade no que diz respeito às políticas públicas, proibições, taxações, etc. Naquele país, algumas cidades estão sendo bastante resistentes ao Airbnb, como referi anteriormente. Como forma de antecipar o debate no Brasil, a companhia montou o Clube do Anfitrião, inicialmente no Rio de Janeiro. Os anfitriões que participam do clube são chamados de líderes, estabelecendo aí uma hierarquia de prestígio que também se observa na classificação dos participantes por níveis, conforme a intensidade de suas atividades no clube. Ilustra este prestígio a pergunta dirigida à D., anfitriã “level 10”, sobre como conquistar a classificação. A resposta foi: “é fácil, rapidinho você vira 10. Basta participar ativamente.”

Para que o clube aconteça, a companhia contratou três profissionais que funcionam como animadoras, fomentam a geração de ideias entre os anfitriões e buscam informações para provar a relevância do Airbnb sobre a atividade econômica local e a sociedade. Realizam eventos de voluntariado, criaram o selo Comércio Local Recomendado – dado aos estabelecimentos comerciais dos bairros, conforme escolha dos anfitriões -

e reúnem dados que comprovam o impacto positivo da atividade de hospedagem compartilhada sobre o desenvolvimento da cidade.

Para que os objetivos da companhia com a comunidade de anfitriões se realizem, há, também, o estímulo aos encontros presenciais. É interessante observar que, com exceção dos encontros organizados pela própria companhia, como o Host Day, realizado no Rio de Janeiro no dia 30 de setembro de 2016 e em outras cidades ao redor do mundo, ou o Airbnb Open, evento mundial que já aconteceu em Paris e, este ano, acontecerá em Los Angeles, os outros eventos são organizados pelos próprios anfitriões. Pelo menos, é o que a companhia quer fazer crer.¹⁷

Para realizar um encontro, o anfitrião interessado entra em contato com a *community manager*, há um roteiro que deve ser seguido: o encontro deve ter um tema, uma pauta e um perfil de participante definido. A *community manager* responsabiliza-se por enviar os convites por email e registrar, se for o caso, na sessão de *meetups* da plataforma para que os anfitriões se inscrevam. No rodapé do email convite, um texto isenta a companhia de qualquer responsabilidade sobre o encontro:

Este evento é organizado por um membro da comunidade do Airbnb e não é um encontro oficial do Airbnb. O Airbnb não endossa nenhum anfitrião, membro da comunidade nem eventos não oficiais e não se responsabiliza por nenhuma atividade relacionada a eventos não oficiais.

Dos encontros presenciais surgem os grupos virtuais extra-plataforma, no facebook e no whatsapp, que, como salienta F. são independentes do Airbnb, já que o que está na plataforma pode ser monitorado e controlado pela companhia, marcando o conflito que subjaz à relação entre Airbnb e Anfitriões. Este conflito pode ser observado na fala da *Community Manager* durante o Host Day: “eu sei que existem grupos de whatsapp e facebook, mas usem a plataforma, é um espaço criado para vocês.”, enquanto nos workshops organizados por anfitriões, no mesmo evento, há o estímulo à participação no grupo do whatsapp: “quem quiser participar, me passa o número que eu adiciono.”, disse D., apresentadora do grupo sobre envolvimento comunitário.

As motivações para participação nos eventos e grupos são diferentes entre profissionais e amadores, com alguns objetivos comuns, como o debate das políticas de preço, reserva e cancelamento do Airbnb. Muito discretamente surge algum debate político mais amplo que implica em refletir sobre o futuro da economia de compartilhamento.

Entre os profissionais, o que motiva a participação em eventos e grupos virtuais são as possibilidades de troca de informações, colaboração, “doação de hóspedes”, e formação de anfitriões para que todos falem a mesma linguagem. Participam com o intuito de influenciar e aprender. Já os amadores falam da

¹⁷ S., a anfitriã italiana, abriu sua casa para um encontro encomendado pelo próprio Airbnb. No email convite, o mesmo texto isentando a companhia de responsabilidade.

possibilidade de conhecer pessoas, de aprendizado, da “alegria de hospedar”, do “*belong anywhere*”. Como A. diz: “sou apaixonada pela comunidade Airbnb.” E, ao descrever o que é essa comunidade, refere-se a ela como “família Airbnb”, formada, principalmente, pelos *hosts*.

Nos eventos presenciais e grupos virtuais observam-se a colaboração e, também, os conflitos decorrentes da pluralidade e da concorrência que se estabelece entre os participantes. Embora a palavra “concorrência”, quando proferida, seja sempre rechaçada, afinal, todos concordam que é o compartilhamento que move a participação.

O conflito mais evidente, já mencionado anteriormente, é o que se estabelece entre profissionais e amadores. É um debate recorrente. Esta fala de um profissional que também aluga um quarto em sua casa é um exemplo:

Eu não recebo reservas para meu quarto a (sic) muito tempo, justamente porque penso que quem aluga o quarto não procura apenas preço e sim uma experiência. Me recuso a colocar alguém dentro da minha casa, que venha só porque é mais barato. Por um lado deixamos de receber reserva, por outro não temos nada a perder, já que é o local onde moramos e o que entra é uma renda extra para ajudar nas contas. Já os apartamentos privativos, há um investimento absurdo, tanto do valor do imóvel quanto as contas mensais (condomínio, iptu, net/ internet, luz, gás...)

A fala acima explicita a forma como os profissionais interpretam a atuação dos amadores. Seria apenas uma experiência. Não consideram alugar um quarto na própria casa como uma forma necessária de remuneração financeira. É também uma estratégia para se defenderem dos ataques que recebem dos amadores. Estes acreditam que a profissionalização do Airbnb está apagando o espírito inicial de conexão e troca de experiências. Na opinião dos profissionais, esta é uma decisão estratégica do Airbnb, pois a companhia “sabe que o profissional dá menos problema.” O que aparece aqui é uma concorrência pela valorização que a companhia dá a cada perfil de anfitrião. Surgem então, por parte dos amadores, propostas de diferenciação na plataforma, na forma de avaliação por parte dos hóspedes, entre outras que são insistentemente discutidas nos encontros comunitários.

Nesses encontros, virtuais ou presenciais, observa-se, também, a colaboração. Há um compartilhamento que vai além da hospedagem. Anfitriões distribuem dicas sobre fornecedores dos mais variados serviços, pedem informações, discutem o mercado de aluguel de temporada na cidade, estendem a mão para os iniciantes, divulgam serviços prestados por outros anfitriões, e “doam hóspedes”, como o exemplo a seguir, retirado do grupo do whatsapp:

[24/8 11:23] Pessoal recebi a(sic) pouco uma consulta para o pai de uma atleta paralímpica americana, ele vem ver a corrida da filha e precisa de hospedagens entre os dias 9 e 12. Acontece que ele está com saúde debilitada e usa andador e tanque de O2. Aqui em casa temos escadas na portaria... alguém possui acomodações mais adequadas a ele e se interesse em hospedá-lo?

[24/8 11:25] O elevador do meu prédio cabe uma maca. Ttenho interesse, pode ficar à vontade para indicar, M.

[24/8 11:26] legal V., é aqui em Copa?

24/8 11:27] me passa teu link do anuncio inbox que posso intermediar pra ti

O que caracteriza o que chamei de “concorrência colaborativa.” Permeia a relação dos membros da comunidade a ideia de colaboração, baseada na crença de que “a gente tem uma força maior” (F.). Assim a ajuda não se dá só na base de dicas e trocas de informação. Anfitriões socorrem outros anfitriões para fazer *check in* e *check out*, para limpar apartamentos e levar hóspedes a diferentes lugares. “Se todos fizerem bem, todos sairão ganhando.”, dizem. E, quando além de membros da comunidade os anfitriões recebem o status de amigos, passam a se ajudarem até na vida pessoal.

É nesse espírito de colaboração que os anfitriões buscam definir a formação de preço. Em verdade, é uma tentativa de fomentar uma “cartelização” do setor e resistir às pressões do Airbnb:

[19/9 21:43] Valorizem seus espaços. Cobrem late check out E early check in.
[19/9 21:44] Senão estivermos juntos não tem ganhos
[19/9 21:45] Tão (sic) baixando muito
[19/9 21:45] Não liberem horário de entrada e saída
[19/9 21:45] Eu desde a olimpíada não tive hóspedes
[19/9 21:46] Adriana Airbnb: Eu tb não
[19/9 21:46] Mas mantive as regras que havia colocado
[19/9 21:47] Eu cumpro horário e cobro extra
[19/9 21:47] E fazer o que? Baixar muito o preço só detona o nosso mercado

Na prática, a formação do preço é baseada nas indicações do Airbnb, através das ferramenta “preço inteligente” e “preço sugerido”, e na decisão individual fundamentada em pesquisas na própria plataforma para ofertas semelhantes. Com frequência, surgem no grupo de whatsapp ou no facebook denúncias de preços que caracterizariam uma concorrência desleal. Em geral, colocado como algo que não é praticado por aqueles que participam do grupo, mas com uma velada intenção de influenciar as decisões dos anfitriões. Mas sempre há aqueles membros que desconstroem dos discursos agressivos contra concorrentes, observando melhor o anúncio ou buscando justificativas para as escolhas dos anfitriões anônimos que são denunciados. Na maior parte das vezes, esta desconstrução é feita pelos líderes reconhecidos pela companhia e pela comunidade como *experts*.

O reconhecimento aos líderes se dá por diferentes áreas de expertise. Há as anfitriãs que são especialistas em receber, estabelecer vínculos de confiança com os hóspedes, decorar a casa, encontrar faxineiras e outros prestadores de serviços domésticos. Essas realizam encontros com o objetivo de treinar anfitriões para este fim, dando dicas de estratégias de relacionamento e de enfrentamento sutil de problemas cotidianos, como a toalha branca manchada de maquiagem ou o vaso sanitário entupido, como mandar um hóspede sair sem que a decisão seja do anfitrião, etc.¹⁸

Outra área de expertise importante para a companhia e para a comunidade está relacionada às políticas públicas, legislação e normas que o anfitrião estabelece e regras do Airbnb. Muitos têm esta expertise, mas há um anfitrião na comunidade do Rio de Janeiro que é citado por todos. Em muitas entrevistas, quando eu

¹⁸ Tema a ser desenvolvido em outro trabalho.

dirigia ao interlocutor questões relativas a esses temas, a resposta era: “você tem que falar com o L.”¹⁹ Sua presença nos grupos virtuais traz o debate para um nível mais profissional e politizado, como a proposta de debate que encaminhou na véspera das eleições municipais.

[1/10 10:13] L.: Galera do Clube de Anfitriões, tudo bem?

Falei ontem com o A. e acredito que seria legal se fizessem um apanhado com as propostas dos candidatos a prefeito e vereador sobre regulamentação da prática de aluguel por temporada.

Afinal, a proposta do Clube é de fomentar essa discussão sobre regulamentação que está começando a virar pauta e proibição em condomínios estão ganhando precedentes. Como estamos em época de votação, ainda dá tempo de fazer isso pelo Clube! O que acham? Qualquer coisa que precisarem, coloco o SuperAnfitriões à disposição.

Abs!

A proposta ganhou eco de alguns anfitriões, embora nenhum tenha se disponibilizado para realizar o “apanhado”. A discussão política seguiu com a abertura de votos para prefeito, debate sobre comunismo, capitalismo e socialismo. Destacou-se a compreensão, por parte de alguns anfitriões a respeito do caráter “comunista” da economia de compartilhamento e a admiração ao Airbnb por conta disso.²⁰

Ainda apresentando os anfitriões *experts*, dois *Super Hosts* são referência no trato com a plataforma. D., amadora, e F., profissional. Toda vez que surge uma dúvida a respeito de como determinar preços, mexer no calendário ou montar anúncios, esses são os indicados pela comunidade. D. “vive e respira Airbnb.”, como comenta F. Qualquer dúvida nos grupos do whatsapp, facebook ou nos espaços específicos dentro da plataforma, ela é a primeira a responder. Como ela mesma disse, orgulhosa de seu espaço de prestígio: “às vezes entra um lá e dá uma informação errada, a gente corre para corrigir.”

Airbnb – A plataforma

É D. também a primeira a defender a companhia quando, nos debates presenciais ou virtuais, começam as queixas a respeito das pressões que o Airbnb coloca sobre preços e políticas de hospedagem. Para muitos anfitriões, a melhor forma de encerrar os debates é a frase que destaquei na abertura deste texto: “É só uma plataforma. Tem que saber usar.” Essa fala explícita, por um lado, a crença contemporânea na neutralidade da tecnologia. Por outro, como pude observar em várias ocasiões, um preconceito com os anfitriões novos e os mais velhos, considerados inaptos para lidar com o mundo da web 2.0.

[31/8 10:25] Queridos, bom dia!!! Gostaria de saber como vcs lidam com a pressão que a plataforma faz para mandarmos pre-reserva imediatamente após o pedido para todos os hóspedes. Isso é horrível pois tenho 3 hóspedes com datas coincidindo e me fica a sensação de não ter liberdade para escolher o que me for mais vantajoso.

[31/8 10:26] : Parece que vai haver punição, Po isso é um saco, desculpem o termo.

[31/8 10:28] : Po, manda torpedo, manda email, repete email e manda mais um dizendo em tons ameaçadores "é o terceiro e último lembrete de pre-reserva de fulano"....sem contar no painel de avisos aquela bola vermelha intermitente.....Caramba já sei. E se eu quisesse enviar, já teria feito.....

[...]

¹⁹ Será entrevistado nas próximas semanas, depois do prazo para o envio deste trabalho.

²⁰ Tema para outro trabalho

[31/8 11:20] *Pessoal primeiro temos Que lembrar que a gente mesmo pode controlar o sistema de notificacoes do site. Segundo, lembrar q Nao somos obrigados a nada. Somos os humanos e Nao precisamos de uma relação tão passional com o sistema. (grifos meus)*

“Eu vivo disso”

Antes de partir para as considerações finais, gostaria de destacar a frase título desta sessão. Se dos anfitriões profissionais já é esperada esta declaração, surpreende e preocupa a quantidade de amadores que declaram ter no Airbnb sua principal fonte de renda. Muitos estão aposentados ou desempregados, “distribuindo cv” (anfitrião, via whastapp), e têm no aluguel de um quarto ou da casa a segurança de continuar sobrevivendo. Como V., jornalista aposentada, 70 anos, que aluga três quartos de seu apartamento em Ipanema para sobreviver. Conversei com ela na Casa Airbnb, durante as olimpíadas, onde ela ia, todos os dias. Ainda não tive a oportunidade de entrevistá-la. São jovens e velhos na mesma situação, dependendo de uma companhia norteamericana para tocarem as suas vidas. Mesmo A., que tem sua profissão e começa a entrevista falando da maravilha que é receber “gente de todo o mundo” em sua casa, conta que no período em que esteve doente, foi o dinheiro que tinha guardado do Airbnb que garantiu o pagamento das contas e que seu consultório, hoje, representa o “extra” em suas finanças.

Este parece um traço perverso do capitalismo da nova economia que se faz transparente quando adentramos no universo das empresas/plataformas de compartilhamento que cresceram neste período. Forçando os preços baixos, aumentando a concorrência entre seus “parceiros” e orientada para o lucro, pode-se pensar no airbnb como uma companhia de pseudo-compartilhamento, mesmo que haja, entre os membros da comunidade uma verdadeira colaboração. Destaco, porém, que esta postura incomoda a muitos dos participantes, mas há sempre quem defenda e entenda o Airbnb como uma empresa de compartilhamento, como no diálogo via whatsapp a seguir:

[14/9 10:13] O site visa o lucro deles, ele não se importa com nossos custos. Exigem muita coisa do anfitrião e literalmente abrem as pernas para os hóspedes....

[14/9 10:18] Não concordo com essa visão. Obviamente o site visa lucro. Mas também intermédia (sic) uma possibilidade de pratica financeira q pode beneficiar os três lados. Quem hospeda, quem viaja e eles mesmos. Em vários sentidos as três partes ganham. A questão é justamente como fazer pra chegar ali. Isso é economia compartilhada. Eu sempre ganho mais que a empresa. E a empresa ganha no volume.

[14/9 10:20] Beth Goidanich: Com certeza, uma das partes ganha muito mais.

[14/9 10:20] Qual o problema disso?

Considerações finais

Quando me aproximei do tema hospedagem compartilhada, estava interessada em compreender as noções de confiança e risco implicadas nas relações entre hóspedes e anfitriões. A inserção na comunidade Airbnb, como é praxe acontecer quando se inicia uma etnografia, descortinou um rico universo de pesquisa sobre as relações humanas, as trocas e compartilhamentos, mediadas ou não pelas tecnologias, as estratégias das empresas representantes da chamada nova economia e muito mais que ainda estou por descobrir.

Espero que o relato etnográfico apresentado oportunize a reflexão sobre os significados e implicações da festejada economia de compartilhamento, especialmente quando esta se traduz na ideia de empreendedorismo – apontado por muitos como solução para a flexibilização e o desemprego característicos dos tempos que vivemos. É certo que os anfitriões e anfitriãs envolvidos na comunidade Airbnb estão dispostas ao compartilhamento e à colaboração, assim como, a partir deste envolvimento, dispõem-se à reflexão sobre a atividade que leva a discussões e posicionamentos mais gerais sobre as questões sociais, políticas e econômicas que permeiam a contemporaneidade. Resta sempre a questão: o que há de verdadeiramente novo na “nova” economia e o que é apenas permanência no capitalismo?

Este trabalho foi um exercício de sistematização das informações colhidas em campo até o momento. Nem todos os achados estão aí. Em pouco tempo de campo efetivo, muito material está sendo acumulado e um trabalho de aprofundamento teórico se faz necessário.

Referências Bibliográficas

- BELK, Russel. Sharing versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. In **Anthropologist**. Vol. 18, pp 7-23. 2014. Acesso em 25 de Setembro de 2015
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, R. **What’s mine is yours: the rise of collaborative consumption**. New York : Harper Colling, 2010
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999
- ECONOMIA COLABORATIVA Y REGULACIÓN: Reflexiones sobre políticas públicas y legislación relacionadas con la economía colaborativa. <https://ecolaborativa.com/> acesso em 23 de junho de 2016
- EISENSTEIN, Charles. E-book. **Sacred Economics: Money, gift & society in the age of transition**. Evolver Editions, 2011
- GORZ, André. **Misérias do presente, riqueza do possível**. São Paulo: Annablume, 2004
- MILLER, Daniel. The internet: provocation. In <https://culanth.org/fieldsights/847-the-internet-provocation>. Acesso em 4 de maio de 2016
- MOLINA, J. L.; VALENZUELA H. **Invitación a la antropología económica**. Barcelona : Bellaterra, 2007
- PIKETTY, Thomas. E-book. **O Capital no Século XXI**. Rio de Janeiro : Editora Intrínseca, 2014.
- RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. São Paulo : Makron Books, 2000.
- RITZER, George. Prosumer Capitalism. In **The Sociological Quartely**. Vol., Issue 3, summer 2015, pp 413-445
- SENNET, Richard. **A Cultura do Novo Capitalismo**. Rio de Janeiro : Record, 2006
- WARD, Alan. Consumption and theories of practices. **Journal of consumer culture**. Vol 5(2) 131-153. London: Sage Publications, 2005