

FIQUE COMO UM GAY LOCAL: O MISTERB&B E A ACOMODAÇÃO *PEER-TO-PEER* NO RIO DE JANEIRO

Diego Santos Vieira de Jesus¹

RESUMO

Os objetivos são examinar a distribuição das acomodações *peer-to-peer* oferecidas pelo misterb&b no Rio de Janeiro e as motivações de anfitriões para disponibilizarem acomodações pela plataforma e de turistas nacionais e internacionais de as buscarem. O argumento central aponta que a maior concentração de acomodações *peer-to-peer* ocorre nas regiões turísticas tradicionais, que oferecem maior disponibilidade de opções de entretenimento e lazer gay, em especial na Zona Sul da cidade. Tal concentração se explica pelo fato de que os anfitriões que dispunham de imóveis nessa região almejavam não apenas ampliar a renda com alugueis de curto prazo a partir de uma plataforma mais segura, mas também criar laços sociais com pessoas de outras cidades do Brasil e países. Já os hóspedes almejavam reduzir custos da hospedagem e ampliar a vivência local.

PALAVRAS-CHAVE: MISTERB&B. PLATAFORMAS PEER-TO-PEER. RIO DE JANEIRO. TURISMO LGBT. ECONOMIA COLABORATIVA.

1 Doutor em Relações Internacionais pela PUC-Rio e professor e pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa. E-mail: dvieira@espm.br

INTRODUÇÃO

As plataformas *online peer-to-peer* viabilizam o desenvolvimento da “economia colaborativa”, um conjunto de práticas relacionadas ao compartilhamento e à troca de bens e serviços, dentre os quais se podem citar espaços, habilidades, tempo e dinheiro. A economia colaborativa está baseada no acesso aos recursos – em vez da propriedade deles – e opera por meio de plataformas de comunicação, na qual se desenvolvem o compartilhamento desses recursos e a construção de confiança entre as partes em negociação. Os defensores dessa economia apontam seus benefícios, como a geração de renda para quem oferta tais bens e serviços, as melhores alocação e utilização de recursos e as novas atividades econômicas para as cidades. Por outro lado, os críticos apontam as externalidades negativas, como seu caráter predatório em relação a setores tradicionais da economia (MCNAMARA, 2015, p.151; QUATTRONE et al., 2016).

Dentre as plataformas nas quais se desenvolve a economia colaborativa, estão as de acomodação *peer-to-peer*, nas quais usuários criam perfis pelos quais oferecem locais para que outras pessoas possam se hospedar. A confiança entre tais usuários é estimulada por meio de um sistema público de recomendação, nos quais avaliações e resenhas são oferecidas após a troca de hospitalidade. As empresas que operam tais plataformas – dentre as quais o Airbnb tornou-se a mais conhecida – são baseadas em alugueis de curto prazo a preços em geral menores que os cobrados por hotéis, o que vem motivando debates acerca das formas como a economia colaborativa pode transformar os setores de turismo e hotelaria. Por um lado, pode-se ter o encerramento da atividade de hotéis e a dispensa de seus funcionários, mas, por outro, a maior duração das visitas turísticas e o aumento dos gastos desses turistas em lazer e entretenimento nesses locais, tendo em vista a maior economia com hospedagem (FANG et al., 2015, p.264-265). Críticos afirmam que as empresas que operam as plataformas de acomodação *peer-to-peer* permitem que acomodações turísticas penetrem as áreas

residenciais, o que poderia criar conflitos entre visitantes e residentes, remover acomodações permanentes em cidades de alta demanda e reduzir as condições de acesso ao bem-estar pelos grupos de menor renda. As estruturas institucionais estabelecidas pelos planejamentos para o uso do solo parecem não estar preparadas para regular as novas formas de acomodação de visitantes permitidas por tais plataformas, nem os conflitos potenciais com a chegada de números crescentes de turistas. Entretanto, os defensores de tais plataformas afirmam que elas ampliam o mercado do turismo em vez de competir diretamente com os hotéis pelos mesmos clientes e os visitantes que optam pelas acomodações *peer-to-peer* tendem a permanecer mais tempo no local, gastar mais dinheiro e trazer mais renda para os locais onde ficam hospedados (GURRAN; PHIBBS, 2017, p.80-82).

Tais plataformas conectaram anfitriões e hóspedes em uma economia de alugueis de curto prazo fora do mercado tradicional de hotéis e, atuando como intermediárias no pagamento seguro pelo serviço oferecido, viabilizaram a construção de segurança entre anfitriões e hóspedes, facilitando a transação. Elas vêm se expandindo no mundo inteiro em face das mudanças na estrutura econômica das transações realizadas pelos consumidores e da disseminação da internet (MCNAMARA, 2015, p.151-154). A interação social que ocorre por meio dessas plataformas veio criando uma “hospitalidade em rede”, que se refere à forma como as pessoas conectam-se às outras usando sistemas de redes e aos tipos de relação que desenvolvem quando se encontram *offline*. A acomodação de hóspedes vem oferecendo uma fonte essencial de renda para os anfitriões, além de desenvolver engajamentos entre eles e os hóspedes, como aprendizados mútuos acerca das suas culturas e das suas sociedades (IKKALA; LAMPINEN, 2015).

Modelado a partir do Airbnb, o misterb&b é um site de viagens e uma rede social que oferece aluguel de acomodações primordialmente para homens gays. Ele oferece uma base de dados de alugueis de curto prazo de quartos privados ou compartilhados, apartamentos e casas. O site opera em âmbito global e conta, em 2017, com mais de 100 mil anfitriões em cerca de 135 países. Tradicionalmente conhecido como o “Airbnb gay”, o misterb&b funciona como um catalisador para que homens gays possam se conectar

em busca de acomodações *peer-to-peer*, respondendo à forte demanda pelo turismo colaborativo no nicho de viagens LGBT. Iniciando as atividades em 2013 como uma combinação do site de viagens myGayTrip e o serviço de aluguel temporário de apartamentos Sejourning, a plataforma foi imaginada como uma alternativa *gay-friendly* ao Airbnb, tendo em vista que um de seus cofundadores, Matthieu Jost, utilizara os serviços do Airbnb e tivera experiências insatisfatórias com anfitriões que não eram receptivos a hóspedes gays. Desde 2015, o misterb&b é o maior serviço de hospedagem para homens gays no mundo ao servir como intermediário entre esses viajantes e anfitriões receptivos a esses hóspedes, além de operar como uma rede social para visitantes homossexuais e um guia turístico. Os anfitriões são inclusive encorajados a disponibilizar quartos e apartamentos durante grandes eventos LGBT nas suas cidades. Os hóspedes podem usar parâmetros diversos na busca de acomodações nas cidades de destino, como a disposição dos anfitriões de aceitar animais de estimação e a escolha entre anfitriões gays ou *gay-friendly* (BENDER, 2014; DILLET, 2017).

Escolhido como um dos melhores destinos gays por publicações internacionais da área de turismo, o Rio de Janeiro recebe um grande número de turistas LGBT de outras cidades do Brasil e do mundo ao longo do ano. Em 2014, eles responderam por 30,75% do setor de turismo na cidade (OLIVEIRA, 2014). Gradualmente, a demanda por acomodações *peer-to-peer* por esses turistas aumentou em face do preço elevado da hospedagem em hotéis e albergues na cidade e do desejo de muitos turistas de experimentarem a vivência de gays locais. Nesse sentido, os objetivos do artigo são examinar a distribuição das acomodações *peer-to-peer* oferecidas na busca pelo misterb&b pelo território da cidade do Rio de Janeiro e as motivações de anfitriões no município para disponibilizarem acomodações pela plataforma e de turistas nacionais e internacionais de as buscarem. O argumento central aponta que a maior concentração de acomodações *peer-to-peer* ocorre nas regiões turísticas tradicionais cariocas, que oferecem maior diversidade de opções de entretenimento e lazer gay, em especial na Zona Sul. Tal concentração se explica pelo fato de que os anfitriões que dispunham de imóveis nessa região da cidade almejavam não apenas ampliar a renda com alugueis de curto prazo a partir de uma plataforma mais segura para a negociação, mas também

criar laços sociais com pessoas de outras cidades do Brasil e países. Já os hóspedes almejavam reduzir custos da hospedagem e ampliar a experiência da vivência local, além de quererem dicas específicas de entretenimento gay dentro e fora dos circuitos turísticos tradicionais, oferecidas pelos anfitriões, e se sentirem mais orientados e seguros em face da violência crescente na cidade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A rápida ampliação das plataformas de acomodação *peer-to-peer* tornou-as grandes competidoras dos setores de hospitalidade, com consequências importantes para o turismo. Tal ampliação está relacionada ao crescimento exponencial do número, da velocidade e da adoção de inovações tecnológicas que impactaram as formas de organização da sociedade. Além disso, as ideias de propriedade dos produtos – típicas da economia industrial – vieram sendo gradualmente substituídas por uma economia baseada no acesso a múltiplas experiências, que valoriza os aspectos intangíveis do consumo. Na perspectiva dos negócios, os paradigmas vieram se modificando daqueles baseados na produção em massa para outros pautados em plataformas de conhecimento e redes de valores. Embora orientados primordialmente pelos benefícios econômicos, os negócios ligados à hospitalidade em rede trouxeram inovações à oferta de acomodações turísticas e à forma como os visitantes experimentam sua estada em certo destino. Tais inovações foram possibilitadas pela criação de plataformas virtuais que permitiram aos usuários compartilhar bens subutilizados, mas que poderiam ser usados para transações econômicas. Nesse contexto, empresas como o Airbnb e o misterb&b podem competir com hotéis tradicionais em preço e ter o valor de experiência que entusiasma viajantes, como a surpresa de uma oferta diversa, o contato com moradores locais, a sensação de fazer parte de uma outra comunidade e a hospedagem em áreas residenciais. A digitalização viabilizou um crescimento contínuo e exponencial que ameaça o mercado de acomodações tradicionais e coloca pressão sobre os mercados imobiliários (OSKAM; BOSWIJK, 2016).

As empresas que operam as plataformas *peer-to-peer* podem ser pensadas como “inovações disruptivas” (CHRISTENSEN; RAYNOR, 2003) devido ao seu modelo de negócio inovador, baseado na internet, e ao seu apelo aos turistas. Como muitos dos alugueis feitos por tais empresas são tecnicamente ilegais, as gestões dos locais de destino deverão decidir como responder a uma atividade popular não-prevista na Lei que apresenta tanto benefícios como custos. Tais empresas atuam como plataformas *online* por meio das quais pessoas alugam espaços como acomodações para turistas, tipicamente um quarto, um apartamento ou uma casa. Os anfitriões de tais espaços podem habitar os locais no período do aluguel, com o típico modelo de acomodação cama e café da manhã (“bed and breakfast”), ou estar ausentes, possivelmente viajando de férias ou operando o espaço permanentemente para o aluguel. Os sites de tais empresas em geral lembram os de companhias de reservas de acomodação turística, que oferecem buscas baseadas nos destinos, nas datas da viagem e nos tamanhos das acomodações. As buscas trazem listas de espaços disponíveis que podem ser refinadas a partir de atributos como preço, vizinhança e serviços oferecidos. As listagens individuais podem ser selecionadas para mais detalhes, que geralmente consistem de uma descrição e fotografias dos locais, bem como avaliações de hóspedes anteriores. Para a reserva ou o aluguel de um espaço, o interessado deve ter um perfil na plataforma. Ao se interessar por um espaço, ele pode enviar ao anfitrião um pedido de reserva a fim de expressar seu interesse e possivelmente perguntas e informações próprias. Os pagamentos são feitos pelos sites, e as empresas recebem cobrando aqueles que fazem as reservas (GUTTENTAG, 2015, p.1192-1193).

Um produto ou serviço disruptivo transforma um mercado a ponto de derrubar empresas anteriormente dominantes e não apresenta um bom desempenho com relação aos atributos principais de produtos dominantes, mas oferece um conjunto de benefícios alternativos, como preço menor e maiores simplicidade e conveniência. O mercado inicial de um produto ou serviço disruptivo é limitado em tamanho e margem de lucro, de forma a não ter apelo para as empresas líderes, que se mostram satisfeitas em focar em seus mercados mais lucrativos e continuam marginalmente melhorando seus produtos por meio de inovações sustentáveis. Ao longo do tempo, o produto ou serviço

disruptivo apresenta melhorias, tornando-se mais atraente a um número maior de consumidores e atraindo níveis crescentes de consumidores do mercado principal. O produto ou serviço disruptivo pode se tornar tão arraigado que as empresas anteriormente na liderança esforçam-se para competir com ele. O mercado tradicional para a acomodação turística envolve o aluguel de quartos em negócios formais, como os hotéis. Empresas como o Airbnb abalaram esse modelo ao oferecerem um mercado *online* que viabiliza o aluguel, em grande escala, de espaços de uma pessoa para outra, uma acomodação *peer-to-peer*. Elas fazem parte de uma economia colaborativa – a qual envolve indivíduos oferecendo acesso a seus bens, que vão de residências a automóveis – e facilitaram aos anfitriões a postagem de descrições e fotografias de seus espaços, a comunicação com os hóspedes e a realização de reservas e pagamentos. A comunicação estabelecida por meio dessas plataformas é fundamental para o estabelecimento de confiança no contexto da acomodação *peer-to-peer*, tendo em vista os receios de se abrigar um estranho na própria casa ou de se acomodar no lar de uma pessoa desconhecida. Além da comunicação direta entre hóspedes e anfitriões por meio dos perfis dos usuários – que podem trazer fotografias e informações pessoais –, propicia-se a construção de confiança também a partir de avaliações públicas de uns sobre os outros. Os sistemas de reputação servem aos propósitos de permitir a ambas as partes conhecerem mais sobre a outra antes de realizarem a transação e criarem um incentivo para que se relacionem de uma forma aceitável (GUTTENTAG, 2015, p.1194-1195).

Para Jeroen Oskam e Albert Boswijk (2016), a essência da “colaboração” ou do “compartilhamento” seria o não-envolvimento de transações monetárias. Segundo esses autores, companhias como o Airbnb e o misterb&b não se enquadrariam exatamente na “economia colaborativa”, pois a colaboração envolveria plataformas de relacionamento entre consumidores que oferecem o acesso temporário a um bem, não o seu aluguel a partir de uma empresa ou indivíduos oferecendo serviços pagos a outros (OSKAM; BOSWIJK, 2016, p.25-26). Entretanto, defende-se neste artigo que a monetização da hospitalidade não necessariamente descaracteriza as empresas de plataformas de acomodação *peer-to-peer* como partes da economia colaborativa. Isso se justifica porque os anfitriões sentem-se motivados a monetizar a hospitalidade em rede por razões não

apenas financeiras, mas também sociais. A presença do dinheiro oferece uma estrutura que auxilia os anfitriões em seus esforços de realizarem as associações desejadas com os visitantes, selecionar hóspedes de acordo com suas preferências e controlar o volume e o tipo da demanda. Ainda que o recebimento de dinheiro seja fator importante na participação das pessoas como anfitriões nas plataformas *peer-to-peer*, os aspectos sociais da hospitalidade em rede são fundamentais na manutenção da motivação dos anfitriões. A presença do dinheiro oferece a estrutura e a formalidade que contribuem para a sensação de controle pelos anfitriões, desde as decisões sobre quem vão recepcionar até as interações sociais resultantes com os hóspedes. Essa forma de hospitalidade incorpora transações materiais e simbólicas, que incluem tanto a oferta de acomodação e alimentação, como as expressões de gratidão, solidariedade e sensações de unidade entre as pessoas. A troca de hospitalidade oferecida pelas empresas que atuam em plataformas *peer-to-peer* situa-se como parte de uma cultura emergente que mobiliza ferramentas de redes sociais a fim de viabilizar e coordenar as trocas entre as pessoas. A troca de hospitalidade não é somente acerca de acomodação, mas uma questão de interações sociais significativas por meio das novas tecnologias, nas quais estranhos conhecem uns aos outros numa sociedade em rede. A existência de um preço a ser pago pela hospitalidade oferecida não exclui a possibilidade de interações significativas entre os indivíduos; ao contrário, a presença do dinheiro pode oferecer as condições de possibilidade para que a interação ocorra (IKKALA; LAMPINEN, 2015).

Empresas como o Airbnb já divulgaram pesquisas sinalizando seu impacto positivo em regiões nas quais operam ao levarem turistas e renda a locais antes pouco servidos de hotéis, oferecerem a residentes de menor renda a possibilidade de ampliarem sua receita e alimentarem a construção de confiança entre as pessoas. Entretanto, há evidências de que a discriminação com base em raça, renda, gênero e orientação sexual com relação a anfitriões e hóspedes ocorrem em tais plataformas, sinalizando que, também na economia colaborativa, permanecem intactas clivagens de caráter econômico e social (CANSOY; SCHOR, 2016; FAGERSTROM et al., 2017, p.123). A pessoa que oferece o serviço torna-se, no contexto da economia colaborativa, uma parte integral da experiência do consumidor, de forma que os atributos do anfitrião são

fundamentais na busca de garantia de provisão de um serviço de qualidade. Isso abre espaço para que as mídias sociais estabeleçam reputação e construam confiança a partir da disponibilização de informações e de canais de comunicação que enfatizam o contato social. Contudo, tais perfis pessoais também podem abrir novos caminhos para discriminação com base em raça, renda gênero e orientação sexual (BENJAMIN; LUCA, 2014; ERT et al., 2016, p.62).

É também importante destacar que os serviços disruptivos trazidos pelas empresas que atuam na acomodação *peer-to-peer* podem apresentar desempenhos inferiores aos hotéis no que diz respeito à qualidade do serviço, à afabilidade da equipe, à reputação da marca e à segurança. Entretanto, eles costumam ser mais baratos e oferecem benefícios alternativos associados à acomodação em uma residência. Os anfitriões que disponibilizam espaços nas plataformas de acomodação *peer-to-peer* definem os preços de seus espaços de forma bastante competitiva, porque seus custos físicos – aluguel e eletricidade – já são cobertos, e tais anfitriões geralmente não têm custos trabalhistas e não dependem completamente da receita da acomodação. Além disso, alguns turistas podem preferir ficar em uma residência em vez de um quarto de hotel, tendo acesso a benefícios como uma cozinha completa, lavadoras de roupas ou secadores de cabelo. Os anfitriões podem oferecer orientações e conselhos locais úteis, além de que a experiência de se acomodar em uma residência oferece aos hóspedes a chance de ter uma experiência local, interagindo com os anfitriões e os vizinhos e visitar áreas não-turísticas (GUTTENTAG, 2015, p.1196-1197).

Entretanto, o futuro dessas empresas é ameaçado por questões legais. Os modelos disruptivos baseados em novas tecnologias nem sempre acompanham a legislação pertinente. Tanto a atividade de aluguel é ilegal, como há a crítica de que as empresas de acomodação *peer-to-peer* estão se esvaindo de suas obrigações tributárias. A ilegalidade dos alugueis viabilizados por tais empresas ajudou a uma expansão rápida do setor de acomodação turística informal e não-regulado pelas autoridades, que em geral exibe características como requisitos mínimos para a entrada e a operação em menor escala. As cidades podem desejar acomodações turísticas que satisfaçam padrões sanitários e de segurança e sejam submetidas a inspeções. Ademais, o trânsito de

turistas em prédios residenciais ou nas vizinhanças pode trazer incômodos aos moradores. Os custos de moradia podem ser ampliados se os anfitriões ampliarem seus orçamentos domésticos com o plano de aumentar a receita de alugueis de curto prazo. A promessa de lucros de curto prazo pode encorajar comportamentos inescrupulosos no mercado imobiliário. Como as empresas de acomodação *peer-to-peer* operam amplamente no âmbito informal, os hóspedes podem evitar pagar impostos tipicamente cobrados no setor de acomodação tradicional e que são utilizados em atividades relacionadas ao turismo. Nesse sentido, como tais companhias frequentemente não cobram taxas de acomodação, tanto as empresas como os hóspedes pegam carona nos benefícios destinados à promoção do turismo, além de se conferirem vantagens competitivas a essas empresas em relação à acomodação tradicional (GUTTENTAG, 2015, p.1199-1200).

As empresas que operam as plataformas *peer-to-peer* insistem que os anfitriões são responsáveis por honrar com os controles e os impostos locais que se aplicam às acomodações turísticas de curto prazo e, em geral, fazem pressão contra regulações muito estritas. Muitos defensores de tais empresas argumentam que seu mercado impõe formas de autorregulação sobre a qualidade das acomodações anunciadas e a confiabilidade de anfitriões e hóspedes, sugerindo que não haveria a necessidade de intervenção governamental. As avaliações feitas por hóspedes e anfitriões criariam incentivos fortes para a construção e a manutenção de uma boa reputação, estabelecendo a confiança mútua necessária ao modelo de negócio. Todavia, a regulação pelo mercado não leva em conta muitas das preocupações que planejadores do uso do solo têm em relação a acomodações turísticas, como as oportunidades de aglomerar instalações e serviços turísticos; o gerenciamento do tráfego, do estacionamento de veículos e do lixo; os requisitos de *design* urbano para atenuar os ruídos e os impactos sobre a privacidade; exigências sobre segurança, emergência e acessibilidade; e a probabilidade de extrapolação do nível máximo de ocupação. Apesar da controvérsia, muitos imóveis antes utilizados para alugueis permanentes estão sendo convertidos em acomodações *peer-to-peer* em face de receitas mais rápidas no curto prazo oferecidas aos anfitriões (GURRAN; PHIBBS, 2017, p.82-83).

MÉTODOS

A primeira etapa da coleta de dados deu-se a partir da busca de uma acomodação, na cidade do Rio de Janeiro, para um hóspede (quarto privado, quarto compartilhado ou espaço inteiro) no site em português do misterb&b para o período de 15 a 22 de julho de 2017, sem se estabelecer qualquer filtro por preço. Foram encontrados cerca de 1300 anúncios de acomodações na cidade. Considerando apenas a primeira ocorrência de anúncios repetidos, foram levados em conta na pesquisa 248 anúncios de acomodações. O objetivo desta etapa foi identificar os bairros em que as acomodações estavam sendo oferecidas, os preços pelas diárias (estabelecidos em dólar) e os tipos de acomodação (quarto privado, quarto compartilhado ou espaço inteiro). Buscou-se verificar se haveria a concentração maior de acomodações nas áreas turísticas mais tradicionais, que dispõem de mais opções de entretenimento e lazer para homens gays.

Na etapa seguinte da pesquisa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com dez anfitriões do misterb&b da cidade do Rio de Janeiro e dez turistas que almejavam recorrer a acomodações *peer-to-peer* na cidade nas suas próximas viagens a esse destino. Todos os anfitriões e hóspedes são homens gays na faixa de 25 a 45 anos. Cinco anfitriões ofereciam acomodações na Zona Sul da cidade; dois, na Zona Central; dois, na Zona Oeste; e um, na Zona Norte. Cinco turistas eram moradores de cidades de outros estados da federação (três de São Paulo e dois de Porto Alegre), enquanto os demais eram moradores de cidades em países estrangeiros (três eram de Lisboa, um de Paris e um de Nova York). O propósito desta etapa era examinar as motivações de anfitriões para disponibilizarem acomodações pela plataforma e de turistas nacionais e internacionais de as buscarem.

RESULTADOS

Dos 248 anúncios considerados na pesquisa, a maior parte se referia a acomodações localizadas na Zona Sul do Rio de Janeiro, em especial nos bairros de

Copacabana (88) e Ipanema (50), seguidos nessa região da cidade por Botafogo (17) e Leblon (16). O Centro da cidade apresentava 17 acomodações, enquanto Santa Teresa – bairro também localizado na região central da cidade – dispunha de 10 e a Lapa de 6. Fora das Zona Sul e Central do Rio de Janeiro, recebe destaque apenas o bairro de Jacarepaguá, na Zona Oeste, que contava com 7 acomodações. Os bairros da Zona Norte somados – Irajá, Maracanã, Maria da Graça, São Cristóvão, Tijuca, Meier e Vila Isabel – totalizavam apenas 10 acomodações.

Na Zona Sul, os valores das diárias variavam de 11 dólares por um quarto partilhado em Copacabana a 909 dólares por uma cobertura no Leblon. Na região central, os preços variavam de 10 dólares por um quarto privado no Centro a 209 dólares por um espaço inteiro em Santa Teresa. Na Zona Oeste, a variação ia de 24 dólares por um quarto privado em Jacarepaguá a 304 dólares por um espaço inteiro na Barra da Tijuca. Na Zona Norte, ela ia de 12 dólares por um quarto privado em Vila Isabel a 96 dólares por um quarto privado na Tijuca. No que diz respeito aos tipos de acomodação, predominavam na cidade a oferta de espaços inteiros (155), seguida de quartos privados (86). Somente 7 quartos partilhados eram disponibilizados. Nos bairros da Zona Sul que concentravam o maior número de acomodações *peer-to-peer* – Copacabana e Ipanema –, o número de espaços inteiros superava consideravelmente o de quartos privados e/ou partilhados: em Copacabana, havia 63 espaços inteiros, 22 quartos privados e 2 partilhados; em Ipanema, 38 espaços inteiros, 11 quartos privados e um quarto partilhado.

Nas entrevistas realizadas, a totalidade dos anfitriões disse que optou por disponibilizar acomodações pelo misterb&b por acreditarem que a plataforma é segura para a realização de transações comerciais. “Você sabe que vai receber direitinho. Não tem problema”, disse um anfitrião da Zona Sul. Todos eles também afirmaram que buscavam uma forma de ampliar a renda doméstica alugando um quarto de suas residências ou um imóvel subutilizado por um prazo mais curto. “Tá muito difícil alugar um imóvel permanentemente aqui no Rio. Assim, é mais jogo colocar no misterb&b que sempre tem gente de fora querendo”, disse um anfitrião da Zona Central. Essa dificuldade de alugueis permanentes foi reiterada pelos anfitriões da Zona Sul e por um

da Barra da Tijuca, que alegavam que isso ocorria porque os valores dos alugueis permanentes no Rio de Janeiro estavam mais altos.

Outros anfitriões diziam ver a oportunidade de complementar a renda ou mesmo de ter o aluguel a partir do misterb&b como fonte principal de renda. “Fiquei desempregado com a crise. O jeito foi alugar um quarto do meu apartamento, que já garante um dinheiro para eu sobreviver no mês”, disse um anfitrião da Zona Sul. Todos também reconheceram que a Zona Sul era a área que mais atraía os turistas. “Eles [Os turistas] vêm para o Rio porque querem praia, boate, festa... Isso está tudo na Zona Sul. Mas às vezes eles preferem ficar aqui no Centro porque podem chegar em Ipanema ou Copacabana de metrô e pagam menos para ficar aqui do que lá na Zona Sul”, disse um anfitrião da Zona Central. “Sabendo a quantidade de turista que vem para cá para conhecer as praias e a vida gay do Rio, como eu não iria alugar um quarto do meu apartamento para receber esse pessoal? Não ia nunca jogar uma oportunidade dessa fora. É mais um dinheiro que entra”, disse um anfitrião da Zona Sul.

Porém, os motivos apontados para a disponibilização das acomodações transcendiam as questões financeiras e abarcavam também a construção de intercâmbios e laços sociais com pessoas que vinham de outras cidades e países. “É legal porque você conhece gente do mundo inteiro! O ambiente da casa sempre fica mais feliz com eles aqui”, disse um anfitrião da Zona Sul. “Você conhece pessoas de outras culturas, mas que são como você: gostam das mesmas coisas, querem saber como é ser gay no Rio, aproveitar a vida boêmia e cultural daqui do bairro [Santa Teresa]...”, disse um anfitrião da Zona Central. “A gente interage muito com eles. Às vezes, até demais! [risos] Claro que já transei com muita gente que se hospedou na minha casa. Eles querem um pouco da nossa safadeza também”, afirmou um anfitrião da Zona Sul. A maior parte mencionou não ter tido conflitos com visitantes, embora o anfitrião da Zona Norte tenha relatado incômodo da vizinhança com a música alta de um de seus hóspedes, vindo de São Paulo. “O pessoal aqui da vizinhança [Meier] é mais conservador”, disse ele, que também apontou que poucos gays na Zona Norte ofereciam acomodação *peer-to-peer* por não conhecerem o misterb&b ou mesmo não terem acesso à tecnologia, terem receio

de receber uma pessoa estranha em casa ou acreditarem que dificilmente um turista se hospedaria em áreas da cidade mais marcadas pela violência urbana e pela homofobia.

Todos os turistas internacionais disseram que optariam pela hospedagem *peer-to-peer* porque viam que os hotéis no Rio de Janeiro estavam cobrando diárias muito altas. “O Rio é uma cidade muito cara. Se formos gastar ainda mais com hospedagem, ficamos sem dinheiro para curtir a cidade”, disse um turista português. Além disso, eles também viam que o anfitrião poderia também atuar oferecendo dicas sobre locais e eventos para o entretenimento gay, o que aumenta a vivência da experiência de um gay local. “Eles [Os anfitriões] sabem do que gostamos”, disse o turista norte-americano, ponto reiterado pelo francês. Quando perguntados sobre os locais que gostariam de visitar na cidade, os turistas internacionais que ainda não tinham vindo ao Rio de Janeiro citaram o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar, mas tanto eles como aqueles que já tinham visitado a cidade indicaram o desejo de ir à Praia de Copacabana – que conta com locais específicos para o encontro de homens homossexuais na orla – e à Praia de Ipanema na altura da rua Farme de Amoedo, um dos principais *points* LGBT da cidade. Eles também disseram que gostariam de ir às boates, aos bares e às saunas gays, a maior parte localizada na Zona Sul. Já os turistas brasileiros desejavam mais conhecer as novas opções de entretenimento, algumas das quais nem sempre estavam situadas nos circuitos turísticos tradicionais. “Você já fala com ele [anfitrião] pelo Facebook, troca Whatsapp... E ele já te fala onde tem uma baladinha nova, uma *pool party* nova... Esse tipo de coisa, quem é de fora nem sempre sabe, mesmo se for buscar na internet”, disse um turista de São Paulo. Outra preocupação demonstrada pelos turistas brasileiros referia-se à segurança: “O Rio tá ficando cada vez mais perigoso, né? Quando você fica na casa de alguém que mora na cidade, a pessoa conhece bem os lugares aonde você pode ir, os cuidados que você deve ter... Nem sempre num hotel te falam essas coisas”, disse um dos turistas de Porto Alegre.

DISCUSSÃO E ANÁLISE

A concentração das acomodações *peer-to-peer* disponibilizadas pela busca do misterb&b na Zona Sul mostra-se relacionada à maior proximidade de múltiplas opções de entretenimento e lazer gay nessa região. Essa maior diversidade está associada à atuação de três agentes: a Prefeitura da cidade, o empresariado e usuários da economia LGBT. A Prefeitura colocou em prática programas de ordenação, fiscalização e revitalização urbanas em áreas turisticamente valorizadas da cidade como a Zona Sul, relegando em segundo plano, por exemplo, a Zona Norte. O empresariado teve como alvo o público masculino gay de renda mais alta, orientando seus investimentos em entretenimento e lazer LGBT para a Zona Sul. Já os usuários veem na Zona Sul espaços simbólicos de reconhecimento mútuo nos quais parecem se sentir mais seguros e com menos temor de rejeição e de violência homofóbica, bem visíveis em outras partes do município (JESUS, 2017). Dotados dessas informações, visitantes gays teriam mais atrativos para se acomodarem na Zona Sul, o que aumenta a demanda por acomodação *peer-to-peer* nessa região da cidade.

O misterb&b atua como um agente que facilita a transação financeira de forma que tanto os anfitriões como os hóspedes sabem que o pagamento será efetuado sem terem que tratar diretamente desse assunto ou lidarem diretamente com dinheiro. Ademais, a plataforma permite que os anfitriões possam confortavelmente gerenciar expectativas com base nos seus termos, além de adquirirem um sentido de flexibilidade e criatividade em relação à sua perspectiva de hospedagem. A transação monetária abriu espaço para trocas sociais adicionais, atuando de forma a transformar estranhos em parceiros de troca em um contexto de menor risco (IKKALA; LAMPINEN, 2015; LAMPINEN; CHESHIRE, 2016, p.1672-1675). Como o Airbnb, o misterb&b oferece aos hóspedes a sensação de “estarem em casa” – estimulando-se a noção de pertencimento – e/ou de se acomodarem em “um local atípico”, apontando para a unicidade. Tais sensações trazem apelos para hóspedes que buscam experiências diferentes daquelas estritamente relacionadas à hospedagem em hotéis (LIU; MATTLA, 2017, p.33).

Plataformas como o misterb&b ofereceram a oportunidade de uma renda adicional para os anfitriões, o que os ajudou a providenciar mantimentos, pagar serviços e permitir que vivessem em locais culturalmente valorizados, o que de outra forma não seria possível. Além disso, os hóspedes poderiam visitar locais que não conseguiriam se tivessem que arcar com altos custos de hospedagem. Essas plataformas permitiram agregar valor às economias locais, em particular às vizinhanças onde ficam esses hóspedes. Todavia, as críticas a essas plataformas vêm de hóspedes insatisfeitos; de anfitriões que se viram sujeitos a processos e multas; de prefeituras, que receberam reclamações sobre comportamentos desrespeitosos por parte de visitantes; e do setor hoteleiro, que vem, por meio de processos e publicações na internet, manifestando sua preocupação com a falta de regulação robusta para essas plataformas e o prejuízo que isso vem causando a hotéis no mundo todo (MCNAMARA, 2015, p.155-158).

CONCLUSÃO

A economia colaborativa foi apresentada de formas contrastantes, embora haja uma expectativa comum de que ela traga inovações disruptivas descentralizando radicalmente a atividade econômica. Enquanto os seus defensores afirmam que ela traz oportunidades, permite formas mais sustentáveis de consumo e é um caminho para uma economia mais descentralizada, igualitária e sustentável, seus críticos apontam que ela cria mercados totalmente desregulados, reforça o paradigma neoliberal e estimula o hiperconsumo (MARTIN, 2016, p.158).

As listagens de plataformas como o misterb&b mostram-se mais concentradas em áreas de alta visitação turística, ainda que venham lentamente se estendendo para além dessas áreas na direção de vizinhanças mais residenciais. Nessas áreas, há uma preocupação crescente acerca do comportamento de turistas nas áreas e nos prédios residenciais, em especial quando casas ou apartamentos são oferecidos por anfitriões que não estão presentes em bases permanente ou semipermanente. Apesar dessas questões, com o potencial que tais plataformas vêm demonstrando, é provável que muitos indivíduos retirem seus imóveis da oferta de alugueis permanentes, ampliando

as pressões sobre o preço dos alugueis cobrados. Mesmo que a oportunidade de levantar uma renda adicional de formas flexíveis possa beneficiar alguns proprietários de imóveis que apresentem perfis atraentes nas plataformas *peer-to-peer*, elas ainda não estão amplamente difundidas, e muitos anfitriões e hóspedes potenciais ainda têm receio de utilizá-las por razões de segurança e pela falta de uma legislação robusta para tais plataformas (GURRAN; PHIBBS, 2017, p.91), como fica claro no caso do Rio de Janeiro.

A legalização dos alugueis *peer-to-peer* de curto prazo poderá permitir melhor regulação e taxação. Além disso, os locais de destino poderiam elaborar leis que limitassem alugueis de curto prazo a certas áreas, o número de pessoas que poderiam ficar na unidade e o número de dias por ano que cada unidade poderia ser alugada, além de delegar alguma responsabilidade aos anfitriões pela conduta de seus hóspedes. Um sistema de autorização poderia obrigar os anfitriões a se registrar em órgãos governamentais por uma pequena taxa que poderia cobrir inspeções sanitárias e de segurança. Uma certificação tangível poderia também ser promovida pelos anfitriões em seus perfis nas plataformas (GUTTENTAG, 2015, p.1203).

Todavia, cumpre lembrar que a participação nas plataformas de acomodação *peer-to-peer* requer dos anfitriões não apenas capital para terem um local para alugar, viverem em local desejável para os viajantes, mobiliá-lo e manter uma presença *online*, mas também a competência cultural para navegar em dinâmicas complexas de gerenciar reservas e participar da economia colaborativa, com um engajamento que vai além da lógica utilitária. Nesse sentido, a alocação dos indivíduos ao longo de clivagens de renda, raça e educação tem impacto direto em sua participação (CANSOY; SCHOR, 2016). Aqueles indivíduos que não têm habilidades na utilização de computadores ou acesso à internet são menos capazes de participar da economia colaborativa como um todo. O sucesso nas listagens dessas plataformas depende cada vez mais da utilização dessa tecnologia para a apresentação das características das acomodações e dos próprios anfitriões (GURRAN; PHIBBS, 2017, p. 83).

STAY LIKE A GAY LOCAL: MISTERB&B AND PEER-TO-PEER ACCOMODATION IN RIO DE JANEIRO

ABSTRACT

The objectives are to examine the distribution of peer-to-peer accommodation provided by misterb&b in Rio de Janeiro and the motivations of hosts to make accommodations available on the platform and of national and international tourists to search for them. The central argument points out that the greater concentration of peer-to-peer accommodation occurs in the traditional tourist regions, which offer greater availability of gay entertainment and leisure options, especially in the Southern Zone. Such concentration can be explained by the fact that the hosts who had rooms in this region were not only seeking to increase their income from short-term rentals in a more secure platform, but also to create social ties with people from other Brazilian cities and countries. Guests wanted to reduce the cost of lodging and live the local experience.

KEYWORDS: MISTERB&B. PEER-TO-PEER PLATFORMS. RIO DE JANEIRO. LGBT TOURISM. SHARING ECONOMY.

REFERÊNCIAS

BENDER, Andrew. An Airbnb For Gay Men (And Why Women Love It Too). **Forbes**, 27 jun. 2014. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/andrewbender/2014/06/27/an-airbnb-for-gay-men-and-why-women-love-it-too/#31b4add756b3>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

CANSOY, Mehmet; SCHOR, Juliet. **Who Gets to Share in the “Sharing Economy”**: Understanding the Patterns of Participation and Exchange in Airbnb, maio 2016, mimeo.

CHRISTENSEN, Clayton M.; RAYNOR, Michael E. **The innovator’s solution**: Creating and sustaining successful growth. Boston: Harvard Business School Press, 2003.

DILLET, Romain. Misterb&b raises \$8.5 million to build the Airbnb for the LGBTQ community. **TC**, 7 jun. 2017. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2017/06/07/misterbb-raises-85-million-to-build-the-airbnb-for-the-lgbtq-community/>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

EDELMAN, Benjamin; LUCA, Michael. Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com. **Harvard Business School Working Paper 14-054**, 10 jan. 2014.

ERT, Eyal; FLEISCHER, Aliza; MAGEN, Nathan. Trust and reputation in the sharing economy: the role of personal photos in Airbnb. **Tourism Management**, v. 55, 2016, p. 62-73.

FAGERSTROM, Asle; PAWAR, Sanchit; SIGURDSSON, Valdimar; FOXALL, Gordon R.; YANI-DE-SORIANO, Mirella. That personal profile image might jeopardize your rental opportunity ! On the relative impact of the seller's facial expressions upon buying behavior on Airbnb. **Computers in Human Behavior**, v.72, p.123-131, 2017.

FANG, Bin; YE, Qiang; LAW, Rob. Effect of sharing economy on tourism industry development. **Annals of Tourism Research**, v.57, p.234-278, 2016.

GURRAN, Nicole; PHIBBS, Peter Phibbs. When Tourists Move In: How Should Urban Planners Respond to Airbnb? **Journal of the American Planning Association**, v. 83, n. 1, p. 80-92, 2017.

GUTTENTAG, Daniel. Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. **Current Issues in Tourism**, v.18, n.12, p.1192-1217, 2015.

IKKALA, Tapio; LAMPINEN, Airi. Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb. In: CSCW 2015. **Anais...** Vancouver, 14-18 mar. 2015, p.1033-1044.

JESUS, Diego Santos Vieira de Jesus. Só para o moço do corpo dourado do sol de Ipanema: distribuição espacial da economia noturna LGBT na cidade do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v.19, n.2, p.288-309, 2017.

LAMPINEN, Airi; CHESHIRE, Coye. Hosting via Airbnb: Motivations and Financial Assurances in Monetized Network Hospitality. In: CHI 2016. **Anais...** San Jose, Califórnia, 7-12 maio 2016.

LIU, Stephanie Q.; MATTILA, Anna S. Airbnb: online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions. **International Journal of Hospitality Management**, v. 60, p.33-41, 2017.

MARTIN, Chris J. The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? **Ecological Economics**, v.121, p.149-159, 2016.

MCNAMARA, Brittany. Airbnb: a not-so-safe resting place. **Colo. Tech. L.J.**, v.13, n.1, p.149-170, 2015.

OLIVEIRA, Pâmela. Gays foram responsáveis por 30% da receita do Rio com turismo no carnaval. **Veja**, 2 abr. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/gays-foram-responsaveis-por-30-da-receita-do-rio-com-turismo-no-carnaval>>. Acesso em: 27 maio 2016.

OSKAM, Jeroen; BOSWIJK, Albert. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. **Journal of Tourism Futures**, v. 2, n. 1, p.22-42, 2016.

QUATTRONE, Giovanni; PROSERPIO, Davide; QUERCIA, Daniele; CAPRA, Licia; MUSOLESI, Mirco. In: 25TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON WORLD WIDE WEB. **Anais...** Montreal, 11-15 abr. 2016, p.1385-1394.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 12. set. 2018

Aprovação Final: 04. out. 2018

Referência (NBR 6023/2002)

JESUS, Diego Santos Vieira de. Fique como um gay local: o Misterb&b e a acomodação *Peer-to-peer* no Rio de Janeiro. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 7, n. 2, p. 119-138, jul./dez. 2018.