

Rocha, R.R.N.¹Davi, M.F.D.²

Airbnb nos estudos turísticos brasileiros: análise das publicações dos periódicos nacionais de turismo (A3-B4)

Resumo. Este estudo centra-se na análise da produção científica do turismo brasileiro sobre o Airbnb, na perspectiva de "iluminar" novos caminhos de sistematização do conhecimento turístico. Para tanto, realizou-se pesquisa bibliográfica a partir da literatura internacional e nacional acerca da interface Turismo-Airbnb, bem como levantamento de dados nos periódicos nacionais de turismo (A3-B4), identificando artigos publicados sobre a área temática em discussão. Os resultados apontam que estudos turísticos publicados em periódicos nacionais de turismo, a partir de 2016, estão situados em 4 (quatro) abordagens centrais: Gerencial, Revisional, Espacial e Crítica. Em sua maioria, são pesquisas de ordem qualitativa e estão concentradas no eixo temático Abordagem Gerencial, que focaliza essa plataforma sob uma abordagem mercadológica da gestão turística.

Palavras-chave: Airbnb; estudos turísticos brasileiros; turismo.

Airbnb in Brazilian tourism studies: analysis of the publications of national tourism journals (A3-B4)

Abstract. This study focuses on the analysis of the scientific production of Brazilian tourism on Airbnb, with a view to "illuminating" new ways of systematizing tourist knowledge. For this, a bibliographical research was carried out from the international and national literature about the Tourism-Airbnb interface, as well as data collection in the national tourism journals (A3-B4), identifying articles published on the thematic area under discussion. The results show that tourism studies published in national tourism journals, from 2016, are located in 4 (four) central approaches: Management, Revisional, Spatial and Critical. Most of them are qualitative research and are focused on the thematic axis Management Approach, which focuses this platform under a marketing approach to tourism management.

Keywords: Airbnb; brazilian tourism studies; tourism.

Desarrollo regional: un análisis de los atractivos turísticos y su papel en la consolidación del turismo en Barra do Mendes, Chapada Diamantina (Bahía)

Resumen. Este estudio se centra en el análisis de la producción científica del turismo brasileño sobre Airbnb, desde la perspectiva de "iluminar" nuevos caminos de sistematización del conocimiento turístico. Para ello, se realizó una investigación bibliográfica a partir de la literatura internacional y nacional sobre la interfaz Turismo-Airbnb, así como un levantamiento de datos en las revistas nacionales de turismo (A3-B4), identificando artículos publicados sobre el área temática en discusión. Los resultados indican que los estudios turísticos publicados en las revistas nacionales de turismo, a partir de 2016, se sitúan en 4 (cuatro) enfoques centrales: Gerencial, Revisional, Espacial y Crítica. En su mayoría, son investigaciones de orden cualitativo y se concentran en el eje temático Enfoque Gerencial, que enfoca esta plataforma bajo un enfoque mercadológico de la gestión turística.

Palabras clave: Airbnb; estudios de turismo brasileño; turismo.

Como citar: Rocha, R.R.N.; Davi, M.F.D.. (2025). Airbnb nos estudos turísticos brasileiros: análise das publicações dos periódicos nacionais de turismo (A3-B4). *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, Brasília, 13(1), e-56877, 2025. <https://doi.org/10.26512/rev.cenario.v13i1.56877>

¹Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4686-1469> & ID Lattes: 4058452686100591.

² Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6753-5999> & ID Lattes: 4728067083994005.

INTRODUÇÃO

A presença do Airbnb em cidades turísticas e/ou em turistificação de magnitude global-local traz questionamentos sobre sua natureza, bem como se tal plataforma faz parte de um processo político-econômico ou apenas uma tendência de mercado. De todo modo, o que se percebe é que o Airbnb vem assumindo o seguinte papel dialético: à medida que se apresenta como estratégia de inserção de novos agentes a partir da noção de “economia compartilhada”, resulta em múltiplos processos (sociais, culturais, ambientais, espaciais etc.) que colocam em desordem destinações voltadas para o turismo, a depender da escala de análise. Nesse cenário, não se trata de um mero aplicativo de hospedagem compartilhada, mas sim do fenômeno da *airbnbización*^[1] (Nofre y Sequera, 2019), reflexo da plataformação do capitalismo (Srnicek, 2018), que vem repercutindo socioespacialmente em destinações turísticas de nível global e local.

No contexto latino-americano, a economia compartilhada é apresentada como caminho de desenvolvimento econômico (Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID et al., 2016), vide a quarta revolução industrial (Schwab, 2016). O Brasil, nesse recorte, protagoniza tal cenário por englobar a criação de, pelo menos, 33% de iniciativas de economia de compartilhamento, sendo que 18% dessas empresas estão associadas à hospedagem (Ferreira, 2021). A plataforma Airbnb (2020b) reconhece a moeda real como uma das mais utilizadas em transações de hospedagem compartilhada, ratificando a sua presença imponente no turismo brasileiro.

Contudo questiona-se como os estudos turísticos brasileiros vêm destinando contribuições teórico-empíricas sobre o papel do Airbnb em cidades turísticas/em turistificação. Nesse cenário, este estudo centra-se na análise da produção científica do turismo brasileiro sobre o Airbnb na perspectiva de “iluminar” novos caminhos de sistematização do conhecimento turístico.

O presente trabalho está subdividido em 3 (três) seções, além da introdução: Na seção 2, são contextualizados os procedimentos metodológicos que foram empreendidos para o estudo realizado. Na seção 3, discute-se como o Airbnb vem sendo abordado na literatura internacional e nacional. Por fim, na seção 4, são apresentados estudos turísticos brasileiros, publicados em periódicos nacionais do turismo, que centralizam o Airbnb como eixo temático em suas análises.

PERCURSO METODOLÓGICO

O presente estudo é de caráter descritivo e exploratório, com perspectiva qualitativa, considerando a pouca atenção dada ao Airbnb enquanto campo temático de estudos desenvolvidos, principalmente, no turismo.

Teve-se como recorte de estudo os artigos sobre “turismo e Airbnb” publicados em periódicos nacionais, especificamente no campo do turismo enquanto área de produção de conhecimento. Para tanto, foram identificados tais periódicos nacionais, classificados pela Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, e chegou-se ao quantitativo de 23 revistas científicas, com classificação de A3 a B4 (quadro 01):

Quadro 1: Periódicos nacionais de turismo classificados pelas CAPES (A3-B4)

Nº	NOME DO PERIÓDICO	CLASSIFICAÇÃO
1	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	A3
2	Turismo Visão e Ação	A3
3	Anais Brasileiros de Estudos Turísticos	A4
4	Caderno Virtual de Turismo	A4

[1]Em estudo desenvolvido por Nofre y Sequera (2019) em Alfama, bairro de Lisboa, Portugal, aponta-se um intenso processo de transformação desse bairro por conta da ação intensa do Airbnb ao ponto de se transformar em um “hotel ao ar livre”, demonstrando um processo de *Airbnbización*.

Quadro 1: Periódicos nacionais de turismo classificados pelas CAPES (A3-B4) (*Continuação*)

Nº	NOME DO PERIÓDICO	CLASSIFICAÇÃO
5	Hospitalidade	A4
6	Podium Sport, Tourism and Leisure Review	A4
7	Turismo em Análise	A4
8	Revista de Turismo Contemporâneo	A4
9	Revista de Cultura e Turismo	B1
10	Marketing & Tourism Review	B1
11	Revista Eletrônica de Administração e de Turismo	B1
12	Revista Iberoamericana de Turismo	B1
13	Revista Latino Americana de Turismologia	B1
14	Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade	B1
15	Cenário	B2
16	Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo	B2
17	Revista Brasileira de Ecoturismo	B2
18	Turismo Estudos e Prática	B2
19	Turismo e Sociedade	B2
20	Applied Tourism	B3
21	Ateliê do Turismo	B3
22	Revista Eletrônica Ciências da Administração e Turismo	B3
23	Turismo & Cidades	B4

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Em síntese, esses periódicos discutem, com similaridades e singularidades, o turismo sob diversas perspectivas, considerando sua natureza multidisciplinar. Posteriormente, foi realizado um novo recorte: o temático. Por meio da ferramenta “Buscar”, foram levantados artigos publicados sobre a temática “Airbnb”, palavra-chave que direcionou tal levantamento de dados, chegando à totalidade de 33 estudos.-

Quadro 2: Quantidade de artigos publicados por periódico nacional de turismo com a palavra-chave “Airbnb”

Nº	Nº	Nº	QUANTIDADE
1	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	A3	8
2	Turismo Visão e Ação	A3	3
3	Anais Brasileiros de Estudos Turísticos	A4	2
4	Hospitalidade	A4	1
5	Podium Sport, Tourism and Leisure Review	A4	1
6	Turismo em análise	A4	4
7	Revista de Turismo Contemporâneo	A4	2
8	Revista de Cultura e Turismo	B1	1
9	Marketing & Tourism Review	B1	4
10	Revista Eletrônica de Administração e de Turismo	B1	1
11	Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade	B1	1
12	Cenário	B2	1
13	Turismo Estudos e Prática	B2	1
14	Ateliê do Turismo	B3	3
-	TOTAL	-	33

Fonte: Levantamento feito pelo autor (2024)

Esse levantamento serviu de base para a discussão proposta sobre como o Airbnb vem sendo abordado nos estudos turísticos brasileiros. Além do levantamento realizado, também foi feita pesquisa bibliográfica em livros e artigos publicados que abordam a temática em tela no contexto internacional e nacional.

Para a análise, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2016), com categorização dos artigos em quatro eixos temáticos previamente definidos: Gerencial, Revisional, Espacial e Crítico. Para Bardin, tal técnica se refere à “análise das comunicações, visando obter, por procedimentos objetivos e sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens” (Bardin, 2016, p. 42). Nesse contexto, será utilizado o tipo temático a partir dos artigos publicados nos periódicos nacionais de turismo que abordam diretamente o Airbnb.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

AIRBNB NO CONTEXTO GLOBAL-LOCAL

A era atual do capitalismo, apontada como “capitalismo de plataforma” (Srnicek, 2018, evidencia transformações que vêm ocorrendo em setores produtivos como a indústria, comércio, turismo etc. Para esse autor, a reconfiguração do capitalismo é sua condição em momentos de crise, sendo necessária a busca por “novas tecnologias, novas formas de organização, novos modos de exploração, novos tipos de trabalho e novos mercados emergindo para criar uma nova forma de se acumular capital” (Srnicek, 2017, p. 36). O turismo também acompanha tal reestruturação do capitalismo, seja por estar inserido em uma “sociedade informacional” (Castells, 2000) com intensa mobilidade de sujeitos, imagens e experiências, seja por fazer parte do processo de “digitalização do espaço geográfico” (Tozi, 2023), considerando sua presença nas economias mundiais de diversas escalas.

A crise econômica de 2008, a partir do setor imobiliário nos Estados Unidos e que se espalhou para outros países e continentes, consolidou terminologias como economia compartilhada, economia colaborativa, economia de plataforma, entre outras. (Botsman, Rogers, 2011). Para Slee (2017, p. 33), a economia do compartilhamento se refere a “uma onda de novos negócios que usam a internet para conectar consumidores com provedores de serviço para trocas no mundo físico, como aluguéis imobiliários de curta duração, viagens de carro ou tarefas domésticas” com destaque às plataformas Uber e Airbnb. Já para Belk (2017), o Airbnb se trata de exemplo de “pseudocompartilhamento” por se tratar de práticas de compartilhamento intermediadas, estritamente, por relações de mercado.

Outro evento que surgiu na escala global, potencializado pela economia do compartilhamento enquanto reflexo da reestruturação do capitalismo em crise, é o paradigma da sustentabilidade. Diante do consumo em massa, a economia do compartilhamento foi promovida à ferramenta do paradigma da sustentabilidade, pois se utiliza de produtos ociosos que podem ser comercializados a baixo custo, bem como promover a transformação social (Avelino et al., 2015; Mont, Neuvonen & Lähteenoja, 2014).

Dentre os personagens centrais da economia do compartilhamento (Slee, 2017), o Airbnb foi criado em 2008 no contexto da crise imobiliária dos Estados Unidos e está presente em mais de 190 países (Souza, Leonelli, 2021). A difusão do Airbnb também se deve à possibilidade de hospedagem de baixa, média e alta temporada em diversos tipos de imóveis: desde um quarto com estrutura simples, localizado em um bairro/distrito periférico, a um imóvel de luxo em áreas nobres de quaisquer cidades turísticas/em turistificação.

É inegável a imponente atuação do Airbnb em cidades de grande porte no contexto global (Barcelona, Lisboa, Nova York etc.), resultando em impactos positivos e negativos; e movimentando discussões acadêmicas sobre tal plataforma (Ferreira, 2021). No Brasil, pequenas cidades turísticas, como Bombinhas-SC, Capitólio-MG, Gramado-RS, Tibau do Sul-RN, Caldas Novas-GO e Ubatuba-SP, apresentam maiores densidades de atuação do Airbnb (Souza; Leonelli, 2021), com destaque às duas últimas, que criaram regulações em nível municipal para conter os desdobramentos dessa plataforma no turismo local.

De acordo com a literatura internacional, o Airbnb vem sendo discutido sob perspectivas como o acirramento de desigualdades socioeconômicas por conta do encarecimento de imóveis a partir desse novo “negócio” de edificação, puramente, de imóveis turísticos para venda e aluguel de curta temporada (Combs et al. 2020). Outra perspectiva é a de Smart City, “baseada na confiança da gestão tecnocrática da cidade como uma estrutura de software e hardware, com uma crença complexa e distópica na otimização dos problemas inerentes à vida na cidade [...]”^[1] (Sequera, 2024, p. 12).

Ao investigar como o Airbnb vem sendo debatido nos estudos urbanos brasileiros, Souza e Leonelli (2021, p. 04) identificaram 3 (três) frentes temáticas com diversas perspectivas de análise:

O primeiro grupo dedica-se a entender as dinâmicas de hospitalidade, sociabilidade e confiança que são promovidas pelo Airbnb. O segundo grupo debruça-se sobre os impactos do Airbnb, investigando aspectos como: impactos no mercado tradicional de hotelaria e hospedagem, destinação e apropriação dos espaços urbanos, alteração no mercado de aluguéis, produção imobiliária de novos empreendimentos voltados para o Airbnb, alteração de usos e identidades de bairros a partir da presença do Airbnb etc. Um terceiro grupo discute os tipos de regulação do Airbnb e de outras plataformas da Economia do Compartilhamento em seus vários aspectos: econômicos, tributários, cíveis.

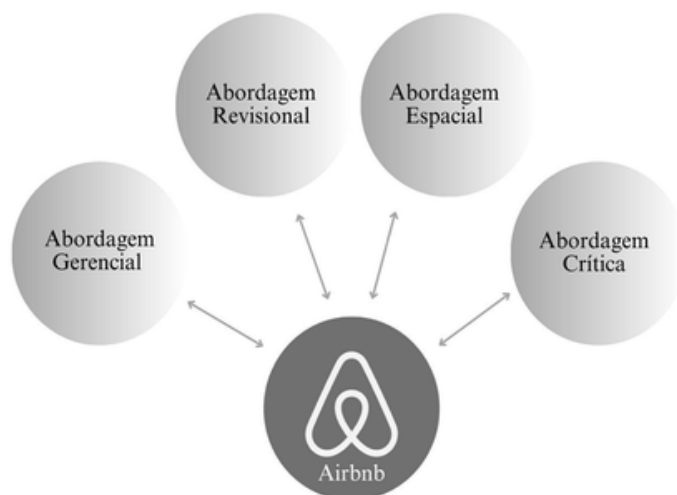
Para esses autores, estudos urbanos brasileiros sobre Airbnb estão concentrados, principalmente, no primeiro grupo (pesquisas sobre dinâmicas de hospitalidade, sociabilidade e confiança). Em busca de avançar tal discussão, apresenta-se, a seguir, como o Airbnb vem sendo analisado nos estudos turísticos em nível nacional na perspectiva do Turismo enquanto área de produção de conhecimento.

O CENÁRIO DO AIRBNB NOS ESTUDOS TURÍSTICOS BRASILEIROS

Sobre o estudo epistemológico do turismo, Tribe (1997, p. 639) compreendia que este desafio era pertinente, seja por possibilitar “uma revisão sistemática do que é o legítimo conhecimento turístico” ou pelo cenário de ainda não ter “acordo sobre o mapa ou as fronteiras dos estudos turísticos”. Mediante essa reflexão, importa-se questionar como o turismo vem interpretando fenômenos contemporâneos que se defrontam, direta e/ou indiretamente, com lugares turísticos/em turistificação na escala global-local.

Quanto ao Airbnb, na perspectiva de que se trata de um fenômeno recente no cenário nacional e internacional, e pouco abordado pelos estudos brasileiros (Souza, Leonelli, 2021), foram identificados 4 (quatro) eixos temáticos centrais nos estudos turísticos brasileiros com perspectivas e abordagens diversas.

Figura 1. Eixos temáticos do Airbnb nos periódicos nacionais de turismo no Brasil



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

No eixo temático 1, Abordagem Gerencial, os estudos realizados centram-se em questões como experiência, satisfação turística e percepção dos consumidores do Airbnb, prospecção de mercado, qualidade dos serviços do Airbnb e análises comparativas com o setor tradicional de hospedagem. Quanto ao eixo temático 2, Abordagem Revisional, o foco foi a análise sobre a quantidade e qualidade de estudos publicados sobre o Airbnb. No eixo temático 3, Abordagem Espacial, as pesquisas objetivaram capturar a dimensão espacial do Airbnb, evidenciando dinâmicas geradas nos territórios turísticos. Por fim, no eixo temático 4, Abordagem Crítica, são estudos voltados para a perspectiva sociológica do Airbnb, com foco na precarização e terceirização dos postos de trabalho mediados por essa plataforma.

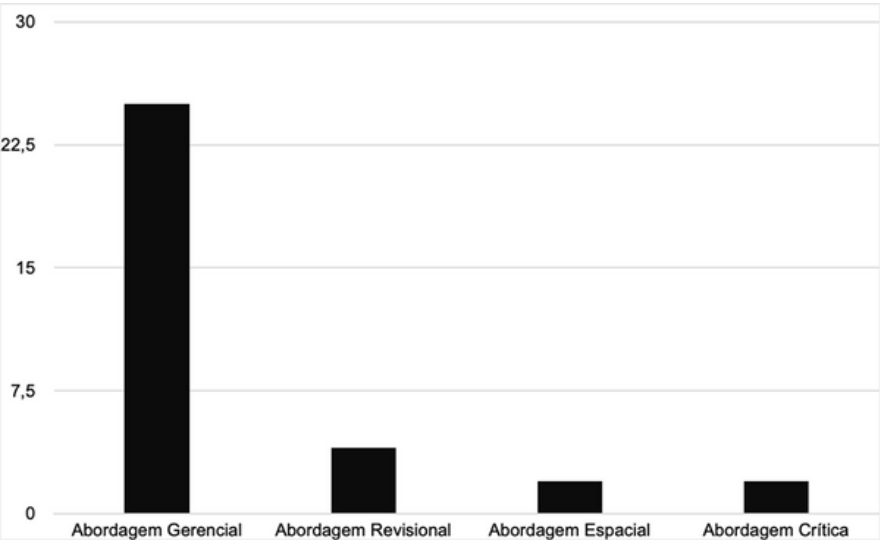
Tais eixos temáticos possuem o seguinte quantitativo de estudos publicados nos periódicos nacionais de turismo (Quadro 03 e Gráfico 01):

Quadro 3: Eixos temáticos dos artigos publicados sobre Airbnb

EIXO TEMÁTICO	AUTORES
Abordagem Gerencial	Cerimelo, Porto (2022); Trentin <i>et al.</i> (2022); Cruz, Freitas (2021); Chagas, Aguiar (2020); Silva, Barbosa, Farias (2021); Soccac, Fialho, Ceretta (2022); Andrade, Ricci-Cagnacci (2023); Oliveira <i>et al.</i> (2022); Mafra <i>et al.</i> (2023); Farias <i>et al.</i> (2019); Vera, Gosling (2019); Trentin <i>et al.</i> (2024); Soares, Mendes Filho (2017); Perinotto <i>et al.</i> (2021); Alves, Brandão, Valdevino (2018); Ozen, Güneren, Akpınar (2023); Vera, Gosling, Silva (2021); Souza, Kastenholz, Barbosa (2016); Marques, Williams (2019); Bonfim, Velasquez, Leal (2019); Carmo, Araújo (2024); França <i>et al.</i> (2022); Tucci, Costa (2020); Santos, Pimentel (2021); Rangel, Mondo (2021).
Abordagem Revisional	Ricci-Cagnacci, Rossi (2021); Branco, Teles (2020); Humes, Freire (2020); Oliveira, Boscarioli (2020)
Abordagem Socioespacial	Lobo (2020); Martoni, Nascimento, Martins e França (2023).
Abordagem Crítica	Gomes, Leite (2021), Cardoso, Oliveira (2020);

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Gráfico 1: Eixos temáticos dos artigos publicados sobre Airbnb



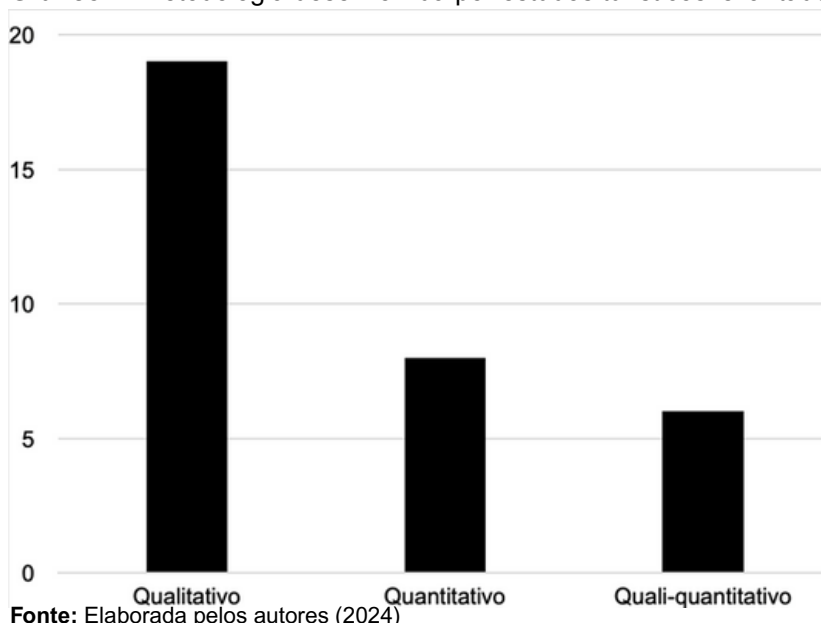
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Ao representar um esforço de apreensão das frentes temáticas que centram a análise do Airbnb nos estudos turísticos nacionais, propõe-se tais abordagens que vêm analisando essa plataforma, embora se considere esse objetivo desafiador e, por vezes, sintético, tendo em vista os possíveis equívocos de “enquadramento” de conhecimentos produzidos que não se podem e nem se devem enquadrar.

Com a predominância de estudos turísticos sobre o Airbnb apoiados na perspectiva mercadológica do turismo, a abordagem gerencial se associa à ótica empresarial, também predominante, dos estudos turísticos brasileiros. Essa perspectiva, para Ouriques (2005, p. 71), está situada na corrente liberal, “pautada por concepção economicista de caráter predominantemente liberal”, abordando o turismo como setor econômico e produtivo.

No que se refere às questões metodológicas desses estudos, percebe-se o enfoque central da metodologia qualitativa (gráfico 02):

Gráfico 2: Metodologia desenvolvida por estudos turísticos levantados sobre Airbnb

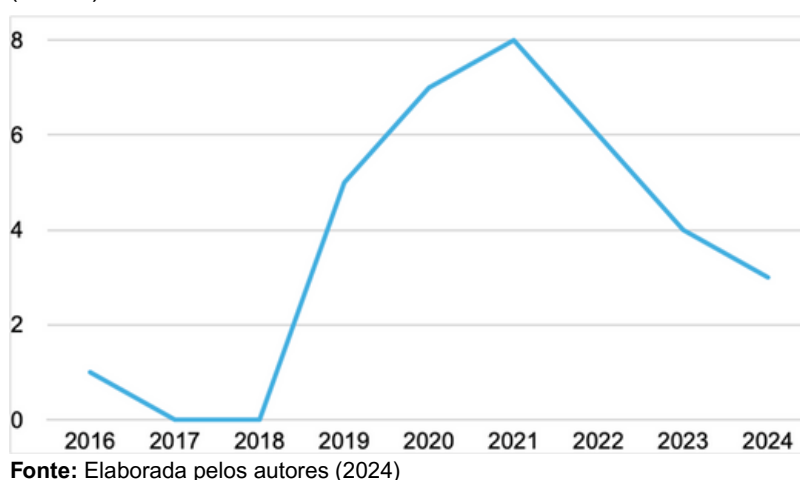


Os estudos levantados utilizam, em sua maioria, a metodologia ao considerar a natureza flexível e dinâmica do turismo. Embora a literatura turística esteja associada, principalmente, à proposição de modelos matemáticos de análise na perspectiva da abordagem quantitativa (Walle, 1997), tais estudos turísticos se associam, de forma central, à pesquisa qualitativa, que tem “como objetivo desenvolver uma compreensão do contexto em que os fenômenos e comportamentos acontecem” (Altinay e Paraskevas, 2008, p.75).

Para Brizola et al. (2020, p. 108), “a pesquisa qualitativa é um meio para conhecer, compreender e explicar os significados que indivíduos e/ou grupos atribuem aos fenômenos de ordem social e/ou psíquica nos quais esses indivíduos e grupos estão inseridos”. Outros estudos turísticos, de forma terciária, estudam o Airbnb sob a abordagem quali-quantitativa, que correlaciona estratégias metodológicas de tais aportes.

Quanto ao recorte temporal (gráfico 03), identificou-se que os estudos turísticos sobre a temática Airbnb são recentes:

Gráfico 3: Artigos publicados com a temática “Airbnb” nos periódicos nacionais de turismo (A3-B3)



Pode-se presumir que há uma relação entre essa recente produção sobre o Airbnb e a ocorrência de megaeventos no contexto nacional nas últimas décadas. No contexto brasileiro, a atuação do Airbnb teve início em 2012, mas ganhou maior aderência nos territórios turísticos nacionais com a realização da Copa do Mundo no país, em 2014 (Airbnb, 2017), e das Olimpíadas, em 2016, sediada no Rio de Janeiro e patrocinada por tal plataforma, tornando-se estratégia oficial de hospedagem (Airbnb, 2017).

Pode-se presumir que há uma relação entre essa recente produção sobre o Airbnb e a ocorrência de megaeventos no contexto nacional nas últimas décadas. No contexto brasileiro, a atuação do Airbnb teve início em 2012, mas ganhou maior aderência nos territórios turísticos nacionais com a realização da Copa do Mundo no país, em 2014 (Airbnb, 2017), e das Olimpíadas, em 2016, sediada no Rio de Janeiro e patrocinada por tal plataforma, tornando-se estratégia oficial de hospedagem (Airbnb, 2017).

Aliada a tais eventos que fortalecem a aderência do Airbnb no Brasil, a pandemia de covid-19 em escala global, a partir de 2019, também contribuiu para esse processo. A plataforma Airbnb se apoiou nessa estratégia ao afirmar que “o turismo doméstico provou ser resiliente em tempos de crise e uma opção econômica positiva imediata e contínua para as economias locais: uma viagem de fim de semana para um lugar próximo de casa não é apenas mais fácil de planejar, mas também muito mais acessível” (Airbnb, 2023), ratificando a emergência de plataformas digitais na mediação de novos usos do território em destinos turísticos e/ou em turistificação.

Tal cenário deve justificar o alto pico de produção de estudos publicados no período em que ocorreu a pandemia de covid-19 (2019-2022) acerca do Airbnb e de seus desdobramentos nas destinações turísticas/em turistificação, embora se perceba a pouca atenção dada aos eventos que surgem, pós-pandemia, sobre os efeitos dessa plataforma. Para aprofundar a análise dos dados levantados, nas seções a seguir apresenta-se, a partir da revisão de literatura, a sistematização dos eixos temáticos centrais do Airbnb nos estudos turísticos brasileiros.

ABORDAGEM GERENCIAL

Uma das dimensões de análise do turismo é a perspectiva da gestão turística, amparada pela abordagem positivista e sistêmica, com finalidade de analisar o fenômeno turístico sob a proposição de modelos analíticos. Para Panosso Netto e Castillo Nechar (2014, p. 9), “o positivismo analisa o turismo com a métrica clássica, com a necessidade de dados claros, metodologias estabelecidas, objetos de estudos definidos”.

Parte dos estudos turísticos sobre o Airbnb situados no eixo temático Abordagem Gerencial aborda aspectos como satisfação turística; comportamento, experiência e percepção do turista/consumidor; qualidade de serviços referentes ao Airbnb; consumo colaborativo; e couchsurfing.

A inserção de plataformas digitais nos destinos turísticos vem gerando processos de reconfiguração do setor tradicional. Entre as mudanças observadas, destaca-se a busca por novos atributos (preços, espaço físico, qualidade no atendimento etc.) que consigam despontar empresas turísticas no que se refere ao aspecto competitivo do mercado turístico.

Nesse íterim, ao abordar o Airbnb sob a perspectiva mercadológica, Cerimelo e Porto (2022) estimaram os preços hedônicos a partir dos atributos das hospedagens das plataformas Airbnb e Booking na Província e Cidade Autônoma de Buenos Aires. Identificaram dinâmicas singulares: na Província de Buenos Aires, há uma menor predisposição do usuário do Airbnb e Booking em pagar por atributos tradicionais, como ar condicionado e aquecimento, quando comparado aos atributos diferenciados, como spa, academia etc. Também apontam que tanto na Província como na Cidade Autônoma de Buenos Aires, deve ser dada atenção aos atributos subjetivos, devido à influência expressiva no preço final dos serviços prestados.

Tal perspectiva norteou o estudo realizado por Chagas e Aguiar (2020). Com abordagem quantitativa, investigaram como motivações utilitárias (dimensão simbólica) e hedônicas (dimensão funcional) interferem na cocriação de valor de forma relacionada à experiência de usuários no uso da plataforma Airbnb, exemplo de forma de hospedagem que reflete a noção de consumo colaborativo. Identificaram que as motivações hedônicas se relacionam, diretamente, com a cocriação de valor e experiência no consumo de serviços do Airbnb, diferente das motivações utilitárias, que não apresentam esse cenário. Além disso, observaram que a cocriação de valor atua como variável em diferentes fases (anterior e presente) na mediação do consumo. Nesse caso, de serviços de consumo colaborativo.

A demanda de turistas/visitantes no contexto global-local é caracterizada por sua heterogeneidade, característica que ganha maior profundidade na era atual do capitalismo de plataforma. Guttentag et al. (2017) afirmam que os consumidores do Airbnb podem se subdividir em segmentos diferenciados por aspectos concretos (como preços, localização do

imóvel etc.) e/ou simbólicos (possibilidade de experiência, compartilhamento etc.). Assim, a partir da modelagem de dados, Trentin et al. (2022) propuseram um modelo de avaliação da satisfação de usuários de serviços de hospedagem no Airbnb e hotéis.

Trentin et al. (2024) também investigaram o Airbnb a partir de elementos que repercutem na lealdade e satisfação dos consumidores, seja dessa plataforma, seja de hotéis, hospedagem tradicional. Fatores como serviços, instalações, confiabilidade e valor condicionam a satisfação dos consumidores do setor hoteleiro, enquanto que o Airbnb está centrado em fatores como valor. Nesse estudo, os entrevistados, em sua maioria, optam por consumir o setor hoteleiro, embora haja o protagonismo da economia compartilhada no contexto contemporâneo. Quanto a Soares e Mendes Filho (2016), sob a técnica de revisão de literatura, também analisaram a percepção daqueles que se hospedam no Airbnb em Natal/RN, na expectativa de identificar as motivações e perfil desses consumidores.

A modelagem do estudo desenvolvido por Trentin et al. (2022) se assemelha, nesse quesito, ao estudo desenvolvido por Mafrá et al. (2023) ao investigarem avaliações de hospedagem de São Paulo/SP, Gramado/RS e Pipa/RN. Esses autores analisaram elementos (variáveis) que fazem parte da satisfação daqueles que se hospedam no Airbnb e identificaram resultados como custos, qualidade e comunicação com o anfitrião, que balizam essa relação (anfitrião-hóspede). Também propuseram um modelo de análise de satisfação do consumidor do Airbnb.

Nesse cenário, o estudo de Andrade e Ricci-Cagnacci (2023) também buscou analisar atributos inseridos na experiência turística ao se hospedar no Airbnb. Ao se basearem nos atributos das Experiências de Turismo Memoráveis - ETM (hedonismo, refresco, significado, novidade, cultura local, conhecimento e envolvimento) (Kim & Ritchie, 2014), identificaram um novo atributo: acolhimento associado à experiência ofertada pelo anfitrião do Airbnb.

A satisfação turística está associada a aspectos como a confiança, que, para Rousseau et al. (1998, p. 395), é um “estado psicológico que compreende a intenção de aceitar a vulnerabilidade com base em expectativas positivas das intenções ou comportamento dos outros”.

Cruz e Freitas (2021) analisaram, de forma qualitativa, como os usuários do Airbnb podem transmitir confiança a outros possíveis consumidores ao avaliar serviços utilizados por tal plataforma em Fortaleza/CE. Com o anfitrião, o espaço físico e as experiências adquiridas na hospedagem como frentes de análise, observaram os seguintes resultados: sobre a categoria anfitrião, perceberam argumentos ligados à receptividade e solicitude; quanto ao espaço físico, identificaram características como localização do imóvel, cuidados com a limpeza e conforto; e acerca da experiência, demonstraram o interesse em retornar à hospedagem, bem como recomendá-la. Por outro lado, observaram que a falta de fidedignidade dos anúncios dos imóveis e segurança não surgiram como aspectos observados pelos usuários do Airbnb em Fortaleza.

Outro aspecto considerado nos estudos turísticos sobre o Airbnb é o subjetivo (simbólico). Nessa dimensão, o estudo desenvolvido por Silva, Barbosa e Farias (2021) apontou como aqueles que utilizam o Airbnb se associam à tipologia de turista (tradicional) e viajante (que se distancia da imagética do turista tradicional). Os autores destacaram que os entrevistados não buscam se enquadrar nesses dois tipos, mas, sim, procuram “todos os tipos de experiências turísticas que lhes interessem” (Silva, Barbosa, Farias, 2021, p. 11).

Além da motivação, experiência e identidade turística como temáticas presentes na análise do Airbnb, também se busca entender a percepção do turista/consumidor. Nesse contexto, Socal, Fialho e Ceretta (2022) discutiram a percepção de consumidores de hospedagens colaborativas como o Airbnb em prédios históricos como o Copan, em São Paulo. Identificaram que a percepção daqueles que se hospedaram em algum imóvel situado no Copan (mediado pelo Airbnb) está voltada para a paisagem arquitetônica que esse edifício possui e a experiência que pode oferecer, coexistindo um caráter fidedigno dos anúncios feitos pelos anfitriões desse recorte analisado.

Alves, Brandão e Valdevino (2018) também enfocaram a análise do Airbnb por meio da percepção de usuários dessas plataformas na região do Cariri, no Ceará. Apontaram que as percepções giram em torno da possibilidade de redução de custos, intercâmbio sociocultural, entre outros, e observaram que a plataforma Airbnb não se resume apenas ao lucro, mas, sobretudo, à possibilidade de uma rede de valor. Já Özen, Güneren e Akpınar (2023) avaliaram a experiência dos hóspedes a partir de suas avaliações em hospedagens no Airbnb de cidades como Atenas, Tóquio e Cidade do México. O objetivo foi apresentar dados

gerenciais para o setor hoteleiro e anfitriões, visando aprimorar a comunicação com possíveis hóspedes.

O estudo de Santos e Pimentel (2021), assim como outros contextualizados, investigou a percepção dos usuários do Airbnb acerca da qualidade dos serviços prestados em Juiz de Fora/MG. Observaram que, no contexto local, tem-se boa qualidade quanto ao serviço de hospedagem da plataforma Airbnb, além de preço competitivo quando comparado ao setor tradicional de hospedagem.

Oliveira et al. (2022) discutiram a percepção de consumidores do Airbnb no contexto de adaptação de cenários, mediante a ocorrência da pandemia de covid-19. Observaram que os usuários do Airbnb estão dispostos a se adaptar de acordo com a dinâmica de mudanças no mercado turístico.

As novas formas de hospedagem, como o Airbnb e o CouchSurfing, refletem novas dinâmicas do consumo turístico. Essas plataformas apresentam singularidades, pois, enquanto a primeira se associa ao pagamento de valores específicos de hospedagem na relação anfitrião-hóspede, na segunda, as estadias são gratuitas.

Nesse panorama, por meio de uma abordagem qualitativa, Vera e Gosling (2019) estudaram aspectos da motivação dos consumidores para o uso de práticas compartilhadas e colaborativas como a hospedagem no Airbnb. Identificaram questões motivadoras positivas (baixo custo, possibilidade de vínculos sociais e culturais, confiança, novos aprendizados etc.) e negativas (medo de violência e assédio, ausência de privacidade etc.) quanto ao consumo colaborativo do Airbnb por parte de consumidores reais.

Farias et al. (2019) analisaram o Airbnb a partir do modelo da Teoria da Ação Racional com foco no consumo colaborativo. Identificaram que a dimensão subjetiva condiciona o consumo de serviços do Airbnb e projeta a criação de modelo de análise para o entendimento da satisfação do turista em relação ao consumo desse tipo de hospedagem.

Alguns estudos enfocaram questões centrais do Airbnb, do ponto de vista teórico e empírico, sob o prisma do mercado turístico; relações de oferta e demanda turística; prospecção mercadológica; e interface da economia compartilhada com o setor tradicional de hospedagem (hotéis, pousadas, apart-hotéis etc.);

Vera, Gosling e Silva (2021) discutiram o Airbnb, de forma comparativa, no Brasil e Portugal, na expectativa de propor um modelo teórico de análise. Identificaram diferenças, mas, principalmente, semelhanças, como a Expectativa de Desempenho, a Percepção de Co-criação, a Perspectiva Anti-indústria e o Risco Percebido, nas hipóteses do estudo.

Já o estudo de Marques e Willians (2018) teve como foco a análise do Airbnb a partir de fatores tangíveis e intangíveis que condicionam para o placemaking em Paris, Barcelona e Londres. Identificaram que, na relação estabelecida entre o anfitrião e o hóspede, transporte e comodidades locais são o fator central na reputação da hospedagem.

Considera-se que alguns estudos enfocaram a relação, direta e/ou indireta, entre plataformas colaborativas como o Airbnb e o setor tradicional de hospedagem, na perspectiva de apresentar respostas às questões em torno de destinações turísticas no contexto atual.

Perinotto et al. (2021) compararam as estratégias de oferta do Booking e Airbnb na Praia de Cumbuco, no Ceará. Eles observaram que, embora com atuação recente, o Airbnb apresenta uma melhor performance. Já Souza, Kastenholz e Barbosa (2016) estudaram hospedagens do Airbnb a partir do framework de Osterwald, tendo por base uma revisão de literatura sobre inovação disruptiva e modelos de negócios, bem como estudo de caso acerca de plataformas on-line (Airbnb, Housetrip etc.).

Bonfim, Velasquez e Leal (2019) analisaram os canais de distribuição do setor de hospedagem em Campo Grande/MS, incluindo as OnLine Travel Agencies - OTAs (Booking, Hotel Urbano, Airbnb etc.), e apontaram que há um crescente número de imóveis ligados ao Airbnb, embora não estejam registrados no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos - Cadastur, do Ministério do Turismo.

Já Carmo e Araújo (2024) analisaram os gestores hoteleiros de Diamantina/MG e identificaram que a quantidade de meios de hospedagem no contexto local é maior que os imóveis disponíveis no Airbnb, bem como observaram um comportamento passivo dos gestores para com a atuação de plataformas digitais no âmbito municipal.

França et al. (2022) analisaram o cenário competitivo do Airbnb em Porto de Galinhas/PE, por meio de anúncios do Airbnb, e como estes refletem na venda de hospedagem para uma demanda internacional. Observaram que fatores organizacionais e

humanos repercutem na competitividade, ao passo que recursos físicos possuem o mesmo nível que os concorrentes.

Para entender os efeitos gerados pela economia compartilhada no turismo, Tucci e Costa (2020) investigaram tal cenário em Brasília/DF. Com foco no setor hoteleiro, observaram que a influência é praticamente nula, ou seja, os meios de hospedagem, no recorte estudado, não sofrem os desdobramentos gerados pela ação do Airbnb, fenômeno imponente em cidades globais como Nova Iorque, Paris e Barcelona.

Por fim, Rangel e Mondo (2021) analisaram a oferta do Airbnb em Florianópolis/SC relacionada à taxa ocupacional do setor hoteleiro. Em meio ao cenário da pandemia de covid-19, observaram que há tendência de crescimento de imóveis no Airbnb, destacando-se à frente ao setor tradicional de hospedagem no que se refere à taxa de ocupação.

ABORDAGEM REVISIONAL

Outra perspectiva presente nos estudos turísticos sobre Airbnb é a realização de pesquisas sistemáticas de levantamento do estado da arte dessa temática no contexto histórico e atual, aproximando-se da abordagem hermenêutica (Panosso Netto, Castillo Nechar, 2014). Tais iniciativas são relevantes ao considerar a temática do Airbnb como um campo ainda obscuro, incipiente e em construção.

Ricci-Cagnacci e Rossi (2021) realizaram ensaio teórico sobre a temática Airbnb na expectativa de analisar conceitos de hospitalidade e de discutir a relação estabelecida entre anfitrião e hospede. Utilizaram conceitos relacionados à confiança, reciprocidade e compartilhamento para desenvolver o presente estudo.

Em busca de entender as novas dinâmicas do turismo a partir da experiência na identidade do turista/consumidor, Branco e Teles (2020) realizaram revisão de literatura sobre a produção acadêmica do Airbnb nos últimos 5 (cinco) anos. Com esse estudo, apontaram que o Airbnb não se constitui apenas como uma hospedagem, mas também em uma busca por autenticidade na experiência turística, o que pressupõe, em teoria, a economia compartilhada. Também identificaram que a perspectiva antropológica predomina na análise do Airbnb devido à busca da compreensão do consumo na sociedade contemporânea.

Humes e Freire (2020) realizaram estudo bibliométrico do Airbnb na perspectiva de apontar características de artigos publicados em revistas internacionais e nacionais com o recorte entre 2008 e 2018. Os autores afirmam que há um crescimento exponencial de publicações sobre Airbnb, em sua maioria, voltadas para uma abordagem quantitativa com base estatística.

Nessa perspectiva, Oliveira e Boscalliori (2020) realizaram estudo bibliométrico sobre economia compartilhada a partir de um vasto levantamento de dados. Entre os resultados encontrados, apontam que os estudos sobre Airbnb, a partir do levantamento feito, enfocam a economia compartilhada como ferramenta de enfrentamento de problemáticas sociais e ambientais que afetam a sociedade contemporânea.

ABORDAGEM ESPACIAL

Estudos turísticos sobre Airbnb também enfocaram a dimensão espacial como uma frente de análise. Considera-se que os espaços turísticos, nessa perspectiva, são analisados sob a ótica do desenvolvimento regional. Enquanto escola teórica, o Sistemismo, o Marxismo e a Teoria Crítica balizam tal abordagem (Panosso Netto, Castillo Nechar, 2014) e/ou se aproximam como bases filosóficas de análise.

Os autores buscam abstrair as implicações socioespaciais mediadas pelo Airbnb no espaço urbano de cidades turísticas em escala nacional. Essa abordagem espacial se constitui em um dos pilares de análise da plataforma do capitalismo por meio do Airbnb, principalmente no contexto internacional (Guttentag, 2013; Füller & Michel, 2014; Russo & Quagliari Domínguez, 2014; Zervas, Proserpio, & Byers, 2014).

Os territórios, principalmente os turísticos, são redefinidos a todo instante enquanto demanda do mercado global-local. Nesse contexto, dinâmicas territoriais como reflexo da inserção de plataformas digitais no uso do território é um processo intrínseco, considerando as plataformas como “territoriais” (Tozi, 2020).

Foi observado por Lobo (2020) que a dimensão espacial é um relevante elemento de análise do Airbnb. Ao focar o espaço turístico de Curitiba, identificou que, a partir de 2014, devido à Copa do Mundo FIFA de 2014, ocorre um aumento expressivo de anúncios de imóveis no Airbnb, à medida que o setor hoteleiro tradicional (hotéis, pousadas etc.) não apresentou a mesma evolução. Além disso, identificou que a plataforma Airbnb não se concentra espacialmente, mas, sim, avança sobre áreas turísticas e não turísticas. Tais mudanças socioespaciais também foram observadas por Costa et al. (2024) em Natal/RN.

A análise espacial do Airbnb constitui um objetivo desafiador ao considerar a incipiente quantidade e/ou pouca disponibilidade de dados sobre plataformas digitais no contexto global-local. E, quando existentes, são instáveis (mudam quase que diariamente) e difíceis de apresentar de forma fidedigna, refletindo a realidade: No entanto um fato se destaca: a plataforma do turismo é um processo material e simbólico.

Nessa perspectiva, a partir de uma discussão da lógica econômica do Airbnb, vide o processo histórico de reafirmação do capitalismo, (Harvey, 1992) e Martoni et al. (2023) propuseram um software de levantamento de dados empíricos da plataforma Airbnb a partir da teorização do capitalismo em sua fase atual, plataforma, tendo Ouro Preto/MG como recorte empírico de análise. Por meio da modelagem de dados, identificaram que a oferta de “quartos privativos com banheiro privativo” é superior no Airbnb comparado ao setor hoteleiro, impondo novos elementos de competitividade local em Ouro Preto/MG.

Tais estudos, que enfocaram a dimensão espacial do Airbnb em destinos turísticos, sugerem que esse enfoque deve ser um processo contínuo, ao considerar a natureza do capitalismo, em sua fase atual, em constante movimento.

ABORDAGEM CRÍTICA

Estudos críticos no turismo ainda são incipientes ao considerar a natureza econômica dessa prática social. Tribe (2008, p. 253), acerca da “falta de crítica” nas pesquisas turísticas, apontou que “a crítica em turismo ainda é marginal em relação a todo o esforço da pesquisa em turismo”, portanto, poucos estudos críticos sobre Airbnb foram encontrados nos periódicos nacionais de turismo.

Cardoso e Oliveira (2020) analisaram as plataformas de gig economy sob a hipótese de que o mercado turístico vem sofrendo impactos devido à inserção de plataformas digitais no setor hoteleiro. Apontam que o cenário de precarização dos postos de trabalho se deve às plataformas digitais (iFood, Uber Eats, Rappi, Uber, 99Pop, Airbnb, Decolar, Trivago etc.).

A partir de um diálogo entre sociologia e turismo, Gomes e Leite (2021) analisaram como o Airbnb, enquanto organização contemporânea, afeta a criação de representações coletivas a partir dos serviços prestados. Com base na análise de 615 avaliações pós-estadia, apontaram que tais representações coletivas se associam às noções de pertencimento e proximidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo centrou-se na análise da produção científica do turismo brasileiro sobre o Airbnb na perspectiva de “iluminar” novos caminhos de sistematização do conhecimento turístico. Para a análise, o recorte escolhido se restringiu a artigos publicados sobre Airbnb nos periódicos nacionais de turismo, classificados de A3 a B4.

Com a recente atuação do Airbnb no Brasil (a partir de 2012), os estudos publicados sobre tal plataforma no contexto brasileiro, a partir dos periódicos nacionais de turismo, iniciaram no ano de 2016 e estão concentrados em 4 (quatro) abordagens: Gerencial, Revisional, Espacial e Crítica. Considera-se que tais abordagens representam um esforço para delimitar como o Airbnb vem sendo discutido nos estudos turísticos, embora se compreenda que, diante da complexidade do turismo, trata-se de um erro metodológico tentar “enquadrá-lo”, tendo em vista a diversidade de teorias, conceitos e categorias de análise que adentram essa área de produção de conhecimento.

Publicados, principalmente, nos periódicos classificados em A3, observou-se que os artigos estão concentrados no eixo temático Abordagem Gerencial, com 25 estudos analíticos sobre o Airbnb, sob a perspectiva da abordagem positivista e sistêmica. De forma

secundária (em ordem decrescente), verificou-se a seguinte quantidade de estudos por eixo temático: (4) Abordagem Revisional; (2) Abordagem Espacial; e (2) Abordagem Crítica.

A metodologia desenvolvida por esses estudos é, principalmente, de abordagem qualitativa (19), ratificando a natureza do turismo enquanto fenômeno que se materializa mediante uma série de agentes envolvidos e com repercussões diversas (políticas, sociais, econômicas, ambientais etc.). Já as abordagens qualitativa (8) e quali-quantitativa (6) são metodologias secundárias nos estudos turísticos sobre o Airbnb.

Diante do panorama apresentado, é válido propor aos estudos turísticos uma agenda de pesquisa sobre Airbnb que abarque outros desdobramentos da plataforma, que não se reduzem à perspectiva gerencial e mercadológica.

Processos de encarecimento das cidades turísticas e/ou em turistificação; substituição dos setores tradicionais do turismo (hospedagem, transportes e bares & restaurantes - A&B) em nome de setores modernos (plataformas digitais como Airbnb, Uber e Ifood, respectivamente); modificação conceitual do turismo diante das mudanças ocorridas na plataformização do capitalismo; mudanças na relação comunidade local – turista/visitante, entre outros fenômenos correlacionados, merecem atenção na agenda de pesquisa acadêmica do turismo enquanto área de produção de conhecimento em processo de cientificidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Airbnb. (2024). Registration N. 333. Securities and Exchange Commission, Washington, 2020b. Disponível em: <https://encurtador.com.br/ndVQa>. Acesso em: 30 nov. 2024.
- Airbnb. (2024). Distribuição do turismo na América Latina. 2023. Disponível em: <https://encurtador.com.br/z6BBf>. Acesso em: 2 dez. 2024.
- Airbnb. (2024). Relatório Anual. 2017. Disponível em: <https://encurtador.com.br/9mMEN>. Acesso em: 2 dez. 2024.
- Altinay, L.; Paraskevas, A. (2008). *Planning Research in Hospitality and Tourism*. Amsterdam Butterworth-Heinemann.
- Alves, D. F.; Brandão, H. A.; Valdevino, A. M. (2018). Consumo colaborativo como alternativa: percepção dos anfitriões da plataforma Airbnb na região metropolitana do Cariri cearense. *Marketing & Tourism Review*, v. 3, n. 2. Disponível em: <https://doi.org/10.29149/mtr.v3i2.4454>.
- Andrade, D. A.; Ricci-Cagnacci, R. (2023). Análise dos Atributos das Experiências de Turismo Memoráveis (ETM) na Airbnb. *Revista Turismo: Visão e Ação*, v. 25, n. 2, p. 175-197. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p175-197>.
- Avelino, F. et al. (2015). Transitions towards new economies? A transformative social innovation perspective. [Working Paper n. 3].
- Banco Internacional de Desenvolvimento; Fundo Multilateral de Investimentos; Ministério da Economia e Competitividade. (2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Madrid: IE Business School.
- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Belk, R. (2017). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, v. 18, n. 1, p. 7-23.
- Bonfim, I. O. B.; Velasquez, G. G.; Leal, A. B. A. C. (2019). Representatividade do mercado de hospedagem de Campo Grande (MS) nos canais de distribuição acessados pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs). *Revista de Turismo Contemporâneo*, v. 7, n. 2, p. 303-320. Disponível em: <https://doi.org/10.21680/23578211.2019v7n2ID15434>
- Botsman, R.; Rogers, R. (2011). *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. [S.l.]: Bookman Editora.
- Branco, R.; Teles, A. (2020). Novas dinâmicas de consumo turístico: o papel da experiência na identidade do turista. *Revista Hospitalidade*, v. 17, n. 1, p. 98-114. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n1.006>
- Brizolla, R. et al. (2019). Uma revisão sobre a pesquisa qualitativa em ciências sociais aplicadas. *UFAM Business Review*, v. 1, n. 2, art. 6, p. 108-125.

- Cardoso, A. C. M.; Oliveira, M. C. B. (2020). The e-economy and its platform-enterprises: modus operandi and precariousness on the labour market in the tourism sector. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, v. 10, n. 1-3. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2020.v10.30151>.
- Carmo, N. V.; Araújo, H. R. (2024). Os paradoxos entre a percepção e o comportamento dos gestores dos meios de hospedagem tradicionais de Diamantina/MG em relação ao Airbnb. *Marketing & Tourism Review*, v. 9, n. 1, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.29149/mtr.v9i1.7333>.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I. La sociedad red*. 2. ed. Madrid: Alianza Editorial.
- Cerimelo, M.; Porto, N. (2022). Atributos, pontuações e preços hedônicos na Província de Buenos Aires e CABA: uma análise a partir do Booking e do Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 16, p. 2587. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2587>.
- Chagas, G. M. O.; Aguiar, E. C. (2020). O papel de motivações utilitárias e hedônicas na co-criação de valor e sua relação com a experiência no Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 14, n. 3, p. 158-176. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1922>.
- Combs, J.; Kerrigan, D.; Wachsmuth, D. (2020). Short-term rentals in Canada. *Canadian Journal of Urban Research*, v. 29, n. 1, p. 119-134.
- Costa, H. A.; Fonseca, M. A. P.; Rocha, R. R. N.; Barbosa, M. H. S. (2024). A difusão da plataforma Airbnb e a nova geografia do turismo em Natal/RN. *Geo UERJ*, v. 46. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/geouerj.2024.87056>.
- Cruz, F. M. da S.; Freitas, A. A. F. de. (2021). Me senti em casa: análise das revisões de experiências de hospedagem colaborativa no site Airbnb sob o prisma da confiança. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 15, n. 3, p. 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2026>.
- Farias, S. A. et al. (2019). Explicando o consumo colaborativo por meio da Teoria da Ação Racional: uma aplicação com usuários do Airbnb. *Revista de Turismo em Análise*, v. 30, n. 2, p. 290-306. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v30i2.p290-306>.
- Ferreira, P. H. C. (2021). *As plataformas digitais na produção da cidade contemporânea: uma análise urbanística do Airbnb em cidades brasileiras*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Arquitetura, Belo Horizonte.
- França, K. D. L.; Vogas, A. V.; Salazar, V. S.; Souza, A. G. (2022). Prospecção de vendas internacionais baseada na vantagem competitiva nas acomodações do Airbnb, em Porto de Galinhas - Pernambuco. *Marketing & Tourism Review*, v. 8, n. 2. Disponível em: <https://doi.org/10.29149/mtr.v8i2.7244>.
- Füller, H.; Michel, B. (2024). Stop being a tourist! New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 38, n. 4, p. 1304-1318. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>.
- Gomes, G. M.; Leite, E. S. (2021). Airbnb e representações coletivas: um diálogo interdisciplinar entre o turismo e sociologia. *Revista Eletrônica de Administração e de Turismo*, v. 15, n. 1. Disponível em: <https://doi.org/10.15210/reat.v15i1.18441>.
- Guttentag, D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>.
- Harvey, D. (1992). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- Humes, L. B.; Freire, O. B. L. (2020). Como temos pesquisado a Airbnb? Características das pesquisas em periódicos científicos da Administração e do Turismo entre 2008 e 2018. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, v. 9, n. 1, p. 117-140. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/podium.v9i1.15820>.
- Kim, J.-H.; Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES). *Journal of Travel Research*, v. 53, n. 3.
- Lobo, Y. S. (2020). Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: Análise da distribuição espacial da Airbnb em Curitiba. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14(3), 32-49. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1841>

- Mafrá, A., Santos, R., & Almeida, J. (2023). Percepções dos hóspedes de Airbnb pós-experiência: Indicadores e variáveis que compõem a satisfação. *RTA – Revista Turismo em Análise*, 34(1), 258-277. <https://doi.org/10.11606/1984-4867.v34i1p258-277>.
- Marques, L., & Williams, N. (2019). A rede de hospedagem e o placemaking na economia compartilhada: Examinando o Airbnb. *RTA – Revista Turismo em Análise*, 30(3), 516-538. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v30i3p516-538>.
- Martoni, R. M., Nascimento, A. S., Martins, V. H., & França, G. F. N. (2023). A produção do turismo mediada pela plataforma Airbnb: Proposição de um instrumental/software para o levantamento de dados empíricos e teorizações introdutórias. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17, 2792. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v17.2792>
- Mont, O., Neuvonen, A., & Lähteenoja, S. (2014). Sustainable lifestyles 2050: Stakeholder visions, emerging practices and future research. *Journal of Cleaner Production*, 63, 24-32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.007>.
- Nofre, J., & Sequera, J. (2019). Dinámicas urbanas y turistificación en el Barrio de Alfama (Lisboa): Una aproximación a los condicionantes históricos y políticos en el proceso de airbnbización. *Estudios Geográficos*, 80(287), e018. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201935.015>.
- Oliveira, J. L. S., Almeida, P. R., & Santos, M. F. (2022). Adaptação de cenários no mercado turístico: Uma abordagem multidisciplinar das emoções experimentadas por usuários de experiências online na plataforma Airbnb. *Revista Turismo: Visão e Ação*, 24(3), 414-429. <https://doi.org/10.14210/rtva.v24n3p414-429>.
- Oliveira, N. M., & Boscardioli, C. (2020). Economia compartilhada e plataforma Airbnb: Uma análise bibliométrica. *Ateliê do Turismo*, 3(2), 51-78. Recuperado de <https://periodicos.ufms.br/index.php/adtturismo/article/view/9973>.
- Ouriques, H. R. (2005). A produção do turismo: Fetichismo e dependência. *Alínea*.
- Özen, I. A., Güneren, E., & Akpınar, A. (2023). Investigando a interação anfitrião-convidado no Airbnb. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 15(3), 626. <https://doi.org/10.18226/21789061.v15i3p626>.
- Panosso Netto, A., & Castillo Nechar, M. (2014). Epistemologia do turismo: Escolas teóricas e proposta crítica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 120-144.
- Perinotto, A. R. C., Belfort Simões, S., Mesquita de Sousa, S., & de Souza Braga, S. (2021). Impacto das plataformas digitais na oferta de meios de hospedagem: Comparativo de vendas entre Booking.com e Airbnb. *Marketing & Tourism Review*, 5(2). <https://doi.org/10.29149/mtr.v5i2.5940>.
- Rangel, D. A. de S., & Mondo, T. S. (2021). Análise da oferta e desempenho da plataforma Airbnb em Florianópolis em 2018, 2019 e os impactos iniciais da pandemia em 2020. *Ateliê do Turismo*, 5(1), 205-232. Recuperado de <https://periodicos.ufms.br/index.php/adtturismo/article/view/12438>.
- Ricci-Cagnacci, R., & Rossi, G. B. (2021). Hospitalidade compartilhada e o Airbnb: Reflexões sobre antigos valores, tempos modernos, novas concepções. *Ateliê do Turismo*, 5(1), 252-277. Recuperado de <https://periodicos.ufms.br/index.php/adtturismo/article/view/12371>.
- Rousseau, F. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *The Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Russo, A. P., & Quagliari Domínguez, A. (2014). La lógica espacial del intercambio de casas: Una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 18.
- Santos, U. V., & Pimentel, M. P. C. (2021). Qualidade de serviços em meios de hospedagem não tradicionais: O caso Airbnb na cidade de Juiz de Fora. *Revista Turismo: Estudos & Práticas (RTEP)*, 10(2), jul./dez.
- Schwab, K. (2016). A quarta revolução industrial. Edipro.
- Sequera, J. (Ed.). (2024). La ciudad de las plataformas: Transformación digital y reorganización social en el capitalismo urbano. Icaria Editorial.
- Silva, L. A., Barbosa, M. de L. de A., & Farias, M. L. (2021). A identidade do turista e o consumo colaborativo: Uma análise a partir do discurso percebido pelos consumidores da plataforma Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1993. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1993>.
- Slee, T. (2017). Uberização: A nova onda do trabalho precarizado (J. Peres, Trad.). Editora Elefante.

- Soares, A. L. V., & Mendes Filho, L. A. M. (2016). Turismo e hospedagem compartilhada: O uso do Airbnb por turistas em Natal/RN. *CULTUR*, 10(2).
- Socal, A. J. S., Fialho, A. B., & Ceretta, C. C. (2022). A hospedagem compartilhada em arquiteturas icônicas: Uma análise do Edifício Copan em São Paulo, SP. *Revista Turismo: Visão e Ação*, 24(1), 174-193. <https://doi.org/10.14210/rtva.v24n1.p174-193>
- Souza, L. H., Kastenholz, E., & Barbosa, M. de L. de A. (2016). Inovação disruptiva no turismo: O caso das hospedagens domiciliares promovidas pela Web 2.0. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 6(2), 58-68. Recuperado de <https://periodicos.ufff.br/index.php/abet/article/view/3118>.
- Souza, R. B., & Leonelli, G. C. V. (2021). Airbnb no Brasil: Uma nova agenda de pesquisa para os estudos urbanos. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 13, e20200400. <https://doi.org/10.1590/21753369.013.e20200400>.
- Souza, R. B. de, & Leonelli, G. C. V. (2021). Como as cidades brasileiras estão lidando com o Airbnb? Colocando a regulação em perspectiva. *Revista De Direito Da Cidade*, 13(1), 486–514. <https://doi.org/10.12957/rdc.2021.45740>.
- Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Tozi, F. (2020). Da nuvem ao território nacional: Uma periodização das empresas de transporte por aplicativo no Brasil. *Geousp – Espaço e Tempo (On-line)*, 24(3), 487-507. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2020.168573>.
- Tozi, F., et al. (2023). *Plataformas digitais e novas desigualdades socioespaciais* (F. Tozi, Org.). Editora Max Limonad.
- Trentin, L., Espig, A., Tontini, G., & César da Silva, J. (2022). Adaptação e teste de um instrumento para avaliar a satisfação e a lealdade dos usuários em hotéis e hospedagens Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 2466. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2466>.
- Trentin, L., Espig, A., Tontini, G., & da Silva, J. C. (2024). Users' satisfaction and loyalty in hotel and Airbnb hosting services. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 12(1), 1-34. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2024v12n1ID31335>.
- Tribe, J. (2008). Tourism: A critical business. *Journal of Travel Research*, 46, 245-255.
- Tucci, V. R. do V., & Costa, H. A. (2020). A nova economia no setor de hospedagem: Influências do Airbnb sobre o mercado de hotelaria de Brasília. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 14(1), 60–80. <https://doi.org/10.17648/raoit.v14n1.5667>.
- Vera, L. A. R., & Gosling, M. S. (2019). Comportamento do consumidor na economia compartilhada no turismo: Um estudo sobre o CouchSurfing e o Airbnb. *RTA / ECA-USP*, 29(3), 447-467. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p447-467>.
- Vera, L. A. R., Gosling, M., & da Silva, J. A. M. (2021). Um estudo comparativo Brasil-Portugal sobre os antecedentes do consumo do CouchSurfing. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1923. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1923>.
- Walle, A. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524-536.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.