

Association for Information Systems

AIS Electronic Library (AISeL)

ISLA 2020 Proceedings

Latin America (ISLA)

8-10-2020

Disrupção e Apropriação tecnológica: Uma experiência com AirBnB em um destino turístico não indutor

Nathan Marques Oliveira

Universidade Estadual do Oeste do Paraná –Unioeste, nathanmoliveira@hotmail.com

José Viterbo

Universidade Federal Fluminense - UFF, viterbo@ic.uff.br

Clodis Boscarioli

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste, clodis.boscarioli@unioeste.br

Follow this and additional works at: <https://aisel.aisnet.org/isla2020>

Recommended Citation

Oliveira, Nathan Marques; Viterbo, José; and Boscarioli, Clodis, "Disrupção e Apropriação tecnológica: Uma experiência com AirBnB em um destino turístico não indutor" (2020). *ISLA 2020 Proceedings*. 7. <https://aisel.aisnet.org/isla2020/7>

This material is brought to you by the Latin America (ISLA) at AIS Electronic Library (AISeL). It has been accepted for inclusion in ISLA 2020 Proceedings by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISeL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

Disrupção e Apropriação tecnológica: Uma experiência com AirBnB em um destino turístico não indutor

Artigo Completo

Nathan Marques Oliveira

Mestre em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste, Bacharel em Administração, FAEL
nathanmoliveira@hotmail.com

José Viterbo

Professor Adjunto no Instituto de Computação, Docente no Programa de Pós-Graduação em Computação, Universidade Federal Fluminense - UFF
viterbo@ic.uff.br

Clodis Boscarioli

Professor Associado no Curso de Computação, Docente permanente e orientador no Programa de Pós-graduação em Ciência da Computação e no Programa de Pós-graduação em Educação em Ciências e Educação Matemática, Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste
clodis.boscarioli@unioeste.br

Abstract

In this study we explored the potential dynamics in point-to-point accommodations and their manifestation in the insertion of hosts on such platforms, in order to demonstrate, from a sociotechnical and systemic view, the role of hosts in the practices arising from the shared economy. Specifically, we assessed the difficulties, problems, and impact of the implementation of accommodation on the AirBnB platform in a non-inducing destination, with limited hotel infrastructure and involving individuals with a still incipient digital culture about disruptive technologies. Using the methodological approach of action research, the study was based on interventions in the community and actions with the participating citizens in order to benefit the actors and the ecosystem of the destination's service, with the main results: the emergence of new beds in the destination, the process of tourist and hotel development in the region, and essentially, the technological appropriation by the participating in the research.

Keywords

Sharing Economy, Disruptive Technology, Technological Appropriation, AirBnB.

Resumo

Nesse estudo exploramos a dinâmica de potencial em acomodações ponto a ponto e sua manifestação na inserção de anfitriões em tais plataformas, a fim de demonstrar, a partir de uma visão sociotécnica e sistêmica, o papel dos anfitriões nas práticas advindas da economia compartilhada. Especificamente, avaliamos as dificuldades, os problemas e o impacto da implantação de hospedagem na plataforma AirBnB em um destino não indutor, com infraestrutura hoteleira limitada e indivíduos com cultura digital ainda incipiente acerca de tecnologias disruptivas. Utilizando a abordagem metodológica da pesquisa-ação, o estudo se fez a partir de intervenções na comunidade e ações com os munícipes participantes com o intuito de beneficiar os atores e o ecossistema de serviço do destino, tendo como principais resultados: o surgimento de novos leitos no destino, o processo de desenvolvimento turístico e hoteleiro da região, e essencialmente, a apropriação tecnológica pelos indivíduos participantes da pesquisa.

Palavras-chave

Economia Compartilhada, Tecnologia Disruptiva, Apropriação Tecnológica, AirBnB.

Introdução

Novos modelos de negócio e ferramentas têm propiciado o surgimento de uma nova economia, e as tecnologias digitais diversas, por seu turno, não apenas tem aberto espaço para as companhias inovarem, entenderem seu cliente e oferecerem produtos e serviços diferenciados, como também tem possibilitado disrupção em mercados existentes, exigindo-lhes reconfiguração. Além disso, muitos processos cotidianos foram modificados, como as comunicações, as atividades realizadas em casa, o ensino, o entretenimento, os negócios e o turismo, área foco neste trabalho, na qual a tecnologia favorece o desenvolvimento de serviços e possibilita atrair e negociar com seus clientes.

Nos últimos anos, o uso crescente da tecnologia e as mudanças comportamentais dos indivíduos mudaram o foco de produtos e serviços para uma economia de experiência, alinhada à co-criação de experiências (Prahalad & Ramaswamy, 2004). Turistas tem buscado experiências emocionais, escolhendo destinos alternativos e propriedades para se hospedar e nelas se envolver com os aspectos experienciais do consumo (Camilleri & Neuhofer, 2017).

A era dos *mainframes* iniciada no pós-guerra até meados dos anos de 1980 é o que denominamos de Primeira Plataforma Computacional, seguida pela Segunda Plataforma, baseada nos computadores pessoais, modelo cliente-servidor e na Internet, que foi de 1981 até 2010. De 2011 até agora, estamos na terceira grande revolução dessa indústria, na qual dispositivos móveis, conexão constante com a Internet, interações sociais por meios digitais, grande capacidade de armazenamento e processamento a baixo custo são fatores destaque. Segundo a IDC (2014), a Terceira Plataforma Computacional é baseada em quatro principais pilares: Computação em Nuvem, Web Social, *Big Data* e Mobilidade. Rodrigues *et al.* (2016) reforçam que o conceito chave da Terceira Plataforma Computacional é o uso integrado dessas quatro tecnologias, para a criação de soluções de alto valor para a indústria, cuja convergência e atração tem criado novas oportunidades de negócios e mudado comportamento dos usuários, que vem, cada vez mais, utilizando *drivers* disruptivos para aquisição e consumo de produtos ou serviços.

Disrupção tem sido a palavra-chave de *startups* que se utilizam das tecnologias para prover sua economia. A competição econômica gerada é positiva, e o fato de que estes negócios são popularmente conhecidos entre seus consumidores está se contrapondo aos negócios tradicionais. Segundo Rogers (2017, p. 250) “a disrupção de negócios ocorre quando um setor estabelecido enfrenta um desafiante que fornece muito mais valor para os clientes, mediante ofertas com as quais as empresas tradicionais não podem competir diretamente”. Também segundo esse autor, a diferença na disrupção de negócios está na proposta de valor oferecida aos clientes e na diferença de rede de valor que ergue uma barreira incapaz de ser imitada pelo convencional. Como apresentado, não se trata de uma melhora, mas de transformação de um produto ou serviço, talvez caro e/ou sofisticado, de acesso limitado, em algo rentável e acessível para um público muito maior.

Yu & Hang (2010) defendem que o termo inovação radical seja mais apropriado para descrever o fenômeno da disrupção visto que os modelos de negócios estão fortemente envolvidos com tecnologias e assim são inseridos na aplicação da inovação disruptiva. Sistemas tecnológicos inovadores são disruptivos. São compostos por práticas e em procedimentos meticulosos, exatos e exigem concentração e atenção na sua construção e uso.

Mas de nada adianta termos esses sistemas sem a interação com as organizações e, principalmente, com as pessoas, usuários dos sistemas. A abordagem sociotécnica de sistemas de informação considera os fatores técnicos e sociais como indissociáveis. A necessidade de superação das restrições impostas pelo pensamento moderno aos métodos da engenharia de sistemas para enfrentar os sistemas complexos levou alguns autores a trabalharem partindo da premissa da impossibilidade da separação entre aspectos técnicos e sociais. Nada é só técnico e nada é só social (Cukierman; Teixeira & Prikladnicki, 2007). Portanto, um sistema de informação é entendido como o conjunto de tecnologias, processos organizacionais e pessoas, integrados entre si. Esta perspectiva de que um sistema de informações é um produto de três componentes: tecnologia, processos e pessoas, contribui para o intercâmbio de bens e serviços viabilizado por avanços recentes em informações e tecnologia, alinhado a novos comportamentos de consumidores, denominado de economia compartilhada.

A economia compartilhada como um modelo econômico e tecnológico que privilegia o acesso e não a posse do bem, destaca-se por oferecer novas possibilidades, vis-à-vis a abordagem tradicional, de vantagens competitivas como eixo para diferenciação e sucesso organizacionais (Botsman & Rogers, 2010). O consumo do produto turístico, com sua democratização, pode ser feito por públicos independentes e que não precisam de intermediários. A partilha de bens e serviços entre diferentes organizações e pessoas começou a desempenhar um importante papel econômico a partir do advento da economia compartilhada, a exemplo de ferramentas como o *app* AirBnB (de, em inglês, *Air Bed and Breakfast*), que propõe que qualquer cidadão abra sua residência para um viajante, alugando-a por um período (AirBnB, 2020).

Uma das problemáticas que a gestão do turismo de destinos não indutores¹ enfrenta é a questão da sazonalidade, que pode ameaçar toda a economia turística, abrangendo empresas e a comunidade, e além do fator da sazonalidade, há uma infraestrutura ainda reduzida de equipamentos turísticos, essencialmente no que se refere aos meios de hospedagem (Ministério do Turismo, 2008). Portanto, cidades com uma menor infraestrutura poderiam se beneficiar com o advento desta tecnologia, todavia, por desconhecimento, ainda há um impedimento para a adesão de seus cidadãos. Apesar do crescimento da popularidade da acomodação cuja negociação é “pessoa a pessoa” ou ponto a ponto e da emergência de estudos acadêmicos relacionados a tecnologias disruptivas na hospedagem na Europa e Estados Unidos (Jung *et al.*, 2016; Ma *et al.*, 2017; Ikkala & Lampinen, 2015), poucos artigos tem trazido à tona singularidades e apresentado resultados em cidades de economias em desenvolvimento, essencialmente na América Latina.

Neste contexto, e alinhados às problemáticas de destinos não massivos, com baixa infraestrutura turística e atrativos pouco qualificados e um iniciante fluxo turístico, e às novas tendências de consumo colaborativo e economia compartilhada, emergiu a seguinte pergunta de pesquisa: Como apresentar novas formas de hospedagem para um destino não indutor, no intuito de incrementar a oferta a partir de ações oriundas de sua própria comunidade? Neste artigo descrevemos um experimento em Itaipulândia no Paraná, estado da região sul do Brasil, um destino em desenvolvimento de infraestrutura turística, inserindo-a na plataforma disruptiva digital de hospedagem alternativa AirBnB, e analisando a apropriação por usuários em primeiro contato com a plataforma, suas dificuldades e limitações, no qual é abordado em outro trabalho de nosso grupo de pesquisas (Oliveira; Viterbo & Boscaroli, 2020).

Este documento segue assim organizado: discutimos o conceito de economia compartilhada e seu ápice, os aspectos oriundos da plataforma AirBnB, a metodologia e etapas da pesquisa, os resultados observados pela pesquisa e por fim, as conclusões e suas perspectivas.

Economia Compartilhada e sua evolução no setor de Turismo

Segundo Allenm & Berg (2014), a economia compartilhada é um termo para um conjunto emergente de modelos de negócios, plataformas e intercâmbios. Popularizada por *players* como a AirBnB e Uber e distinto do mercado tradicional, ao qual a moeda é utilizada para tomar a propriedade de algum bem/serviço, o conceito de economia compartilhada apresenta o benefício de capturar valor com direitos de acesso ao produto ou serviço. O inequívoco destes conceitos implica que a construção de partilha inclui vários componentes do ponto de vista econômico: equilibrar os recursos disponíveis e as necessidades dos consumidores.

Mohlmann (2015) ainda cita que fatores como *drivers* disruptivos, utilização eficiente e inovadora de ativos, distribuição de poder e desintermediação, e a procura pelo acesso *versus* a posse, criam um ambiente propício para impulsionar tal nova economia e caracterizar suas principais práticas colaborativas, podendo promover maior autossuficiência das comunidades locais usarem eficientemente seus recursos. De fato, a desintermediação das relações produtivas, ou de serviço, é um dos principais fatores que levam a economia compartilhada a ser considerada uma inovação disruptiva em serviços, rompendo com um histórico em que a maioria das inovações no setor, apesar de sua relevância econômica, ocorre de forma incremental.

O cenário se apresenta como otimista para o turismo, que deve estar atento às mudanças e comportamentos, que segundo a UNWTO (2017), envolvem o uso crescente de tecnologias para reserva de viagens; a globalização e informação convidando curiosos para destinos não convencionais; a abundância

¹ No Brasil, 65 destinos são considerados indutores, ou seja, localidades capazes de atrair fluxo turístico internacional, que concentram atrativos, equipamentos e serviços em quantidade, qualidade e diversidade, capazes de motivar deslocamentos mais longos e com maior taxa de permanência.

e o hábito do uso de mídias sociais, gerando maior poder de crítica; o aumento da busca por vivências autênticas; crises incentivando a busca por opções de viagem com menor custo, e a disposição dos indivíduos a gerar receita extra pelo aluguel de quartos em suas residências.

O fenômeno crescente da acomodação ponto a ponto também é atribuído a economia e benefícios sociais que traz aos anfitriões também. Permite, por exemplo, que anfitriões obtenham renda adicional de maneira flexível (Guttentag, 2015), enquanto fornece aos indivíduos oportunidades empresariais. Alinhada aos conceitos apresentados pela representação do turismo global, a AirBnB é um serviço de hospedagem domiciliar online com atuação global que conecta viajantes a procura de experiências em seus locais de viagem a anfitriões com algum lugar ocioso em seus domicílios ou não, com intuito de renda extra, ou em um mercado de comunidade em que se pode confiar para que indivíduos listem, descubram e reservem acomodações únicas ao redor do mundo, por meio de uma plataforma. Alinhados ao cenário positivo para o turismo mundial, os fundadores e responsáveis da AirBnB encontraram um ambiente para uma disrupção em função das mudanças, baseados na comercialização de espaços ociosos em hotéis e em outros locais de hospedagem tradicionais.

Basicamente, a oferta para hospedagem era acessada pelo viajante por meio de agências de turismo ou pela conexão direta com o meio de hospedagem. A última grande mudança foi o surgimento, em meados dos anos 90, das agências de viagem *online* como Booking.com, Expedia e TripAdvisor, que intermediam as transações sem, no entanto, modificar o lado da oferta, permitindo maior poder de decisão ao viajante, conferindo mais conveniência em todo o processo de reserva. A AirBnB modifica as relações entre a oferta e a demanda por ressignificar a proposta de valor de uma hospedagem para o viajante ao perceber que o que precisa de fato é um local de hospedagem e não um estabelecimento.

O surgimento da AirBnB no mercado de meios de hospedagem levou a academia a remeter este fenômeno a um conceito conhecido como inovação disruptiva. Segundo Christensen, Raynor & McDonald (2015), a disrupção é o marco de um processo competitivo no qual marcas ingressantes se apropriam não somente de segmentos de mercado excedentes, que passam a atrair a própria demanda do mercado consolidado. No caso dos meios de hospedagem, esta disrupção pode ser vista quando o mercado de hospitalidade é transformado pelo ingresso do Airbnb, que traz consigo a proposta de um novo modelo de negócios baseado nos princípios da economia compartilhada.

AirBnB: co-criação ou co-destruição de um destino?

Desde a sua criação em 2008, AirBnB se tornou um dos maiores fornecedores de acomodações *online* e um símbolo da economia compartilhada. A plataforma ganhou a atenção pública e acadêmica devido a seus efeitos perturbadores no setor de hospedagem, impactos no mercado imobiliário e conflitos legais sobre habitação, tributação e regulamentação do consumo (Hassanli, Small & Darcy, 2019).

No *core business* da Airbnb está a co-criação de valor por meio de uma “abordagem recíproca e relação mutuamente benéfica” (Vargo, Maglio & Akaka, 2008, p. 146). Enquanto a *priori* a motivação para alugar é para benefícios monetários, receber turistas em casa torna-se uma motivação intrínseca (Lampinen & Cheshire, 2016). Sobre as motivações dos visitantes do AirBnB para usar o serviço Guttentag (2015) forneceu uma visão conceitual do AirBnB e propôs três principais recursos do serviço - preço, comodidades domésticas e autenticidade. Para Mollmann (2015), os determinantes verificados para escolha de uma hospedagem alternativa são pertencimento à comunidade, redução de custos, impacto ambiental, familiaridade, capacidade de internet, qualidade de serviço, capacidade de *smartphone*, afinidade de tendência, confiança e utilidade.

A maioria dos estudos existentes investiga aspectos sociais e psicológicos do fenômeno da acomodação baseada na economia compartilhada, como a motivação dos consumidores, mas por outro lado, há também estudos que apresentam uma co-destruição que essas plataformas podem trazer, acarretando em danos para um destino e seus moradores, apontando como exemplos a gentrificação e a “turistificação” (Wachsmuth & Weisler, 2018), o aumento descontrolado em destinos não preparados para turismo de massa, a especulação imobiliária de bairros turísticos ocasionando em uma evasão de moradores (Dolnicar, 2019), a inexistência de impostos locais para locação, acarretando em fraudes fiscais, e até mesmo um efeito rebote no tocante à sustentabilidade, viés do segmento, tendo como premissa de que a economia compartilhada estimularia o consumo e forneceria acesso a bens para pessoas que não podiam pagar ou até mesmo obter tal serviço em um destino (Schor & Fitzmaurice, 2014). Queixas sobre o aumento de aluguéis, mudanças de bairro e incômodos são comuns (Espinosa, 2016); por exemplo, no que diz respeito à

disponibilidade de moradia em cidades da União Europeia, as quais são reguladas e taxadas para tal atividade, como exemplo de Londres, Paris, Berlim e Barcelona (Nieuwland & Melik, 2020).

De revisões realizadas na América Latina, autores como Madrigal *et al.* (2018) comentam que destinos como Cidade do México e Rio de Janeiro concentram acomodações em áreas tradicionalmente residenciais e próximas ao centro histórico e outras atrações turísticas. Neste aspecto, busca-se a utilização da plataforma como intuito de diversificar a oferta turística, ampliando além dos destinos de massa, para um elemento-chave do turismo chamado *Slow Travel* ou *Slow Movement*, podendo ser definido como a oportunidade do visitante em se integrar ao destino, estabelecer maior contato com a população e com o território, num ritmo adequado à apreensão da cultura local (Slow Movement, 2016). Neste sentido, de entender a plataforma AirBnB como mecanismo de alavancar um município não indutor, colaborando com o desenvolvimento regional, é que a pesquisa abaixo relatada foi conduzida, também como um experimento social e de literacia digital do cidadão, por meio da apropriação tecnológica propiciada.

Materiais e Métodos

A pesquisa-ação, metodologia de pesquisa participativa adotada neste estudo, possui suas características situacionais, e depende da ação do pesquisador e de seus envolvidos para que o objetivo de fato seja alcançado. Severino (2007, p. 120) afirma que a pesquisa-ação

[...] além de compreender, visa intervir na situação, com vistas a modificá-la. [...] Ao mesmo tempo em que se realiza um diagnóstico e a análise de uma determinada situação, a pesquisa propõe ao conjunto de sujeitos envolvidos mudanças que levem a um aprimoramento das práticas analisadas.

Seguindo o rigor ético, a pesquisa seguiu algumas etapas antes mesmo que as ações pudessem ser iniciadas: Encontro com Representantes da Secretaria de Turismo; divulgação da pesquisa, realizada por meio da rádio comunitária, da página oficial da Prefeitura e por veículo automotivo de som; palestras de sensibilização realizadas em pontos estratégicos para a intervenção; e visitas em residências com anúncios de aluguel de temporada, obtendo um total de sete participantes, dos quais três participaram até o final. Prezando a ética perante os envolvidos, termos de confidencialidade foram assinados. A segunda sequência, foram realizadas reuniões individuais com cada participante, prezando suas singularidades e não as expondo perante os demais, tendo somente divulgado seu anúncio na plataforma em AirBnB.

Itaipulândia e AirBnB: Os primeiros anfitriões

Com o objetivo de avaliar as dificuldades, os problemas e o impacto da implantação de hospedagem na plataforma AirBnB em um destino não indutor, com infraestrutura hoteleira limitada, realizamos uma pesquisa no destino de Itaipulândia, cidade que tem se destacado dentro de sua região turística. As ações foram executadas em 2018, onde foram realizadas palestras voltadas à comunidade para apresentar os conceitos de economia compartilhada, apresentar a plataforma, e, de um total de 7 interessados inicialmente, 3 munícipes vieram a participar efetivamente do estudo, descrito em detalhes em (Oliveira, 2018). Um acompanhamento foi feito em 2019, inclusive na plataforma, para ver o crescimento advindo.

O município possui tem população estimada de 10.587 pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), e atrativos naturais e artificiais que auxiliam no incremento de renda, divulgação do destino e geração de emprego aos habitantes. O turismo neste município tem suas nuances, seguindo desde o turismo de lazer, com atenção para as atividades direcionadas à água, essencialmente no Terminal Turístico Linha Jacutinga, com a formação de praias artificiais, estrutura para *camping*, churrasqueiras, restaurantes e quadras de esportes; atrativos culturais, além de um calendário de eventos fixos e itinerantes que movimentam a economia local. Outro evento importante se faz presente devido ao turismo religioso. O município possui uma imagem de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do município, e turistas a visitam durante todo o ano, porém, no mês de outubro, romeiros e devotos realizam procissões à imagem, ocasionando alto fluxo de visitantes.

A sazonalidade turística se faz presente no município. De acordo com dados obtidos pela Secretaria de Turismo de Itaipulândia e amplamente divulgados em seu website, visitam o município na temporada de verão (de dezembro a março) cerca de 75.000 turistas. Seus frequentadores provêm da Argentina, Paraguai e, principalmente, da região oeste do Paraná. Tal dado foi apresentado pelo próprio órgão, uma vez que a coleta de dados para estatísticas de visitação turística no destino foi realizada somente na última temporada de verão, mas sabe-se que não há presença significativa de turistas durante as demais estações.

Para melhor apresentação do projeto, foi planejada juntamente com o representante da Secretaria de Turismo, uma agenda de divulgação das oficinas realizadas no município com o propósito de sensibilizar a comunidade para tal intervenção. Após as divulgações realizadas por meio de rádios comunitárias da cidade, entrega de folhetos explicativos em pontos de maior aglomeração de pessoas e divulgação ampla nas redes sociais da governança do município, foram realizadas duas palestras abertas à comunidade, amplamente divulgadas pela Prefeitura Municipal de Itaipulândia, no intuito de apresentar os conceitos de economia compartilhada e a plataforma AirBnB, e verificar interesse dos munícipes em se cadastrarem na plataforma. Obteve-se um total de 7 interessados, dos quais ao final, apenas 3 participaram do estudo.

Em conversas iniciais com as participantes verificou-se dificuldades no manuseio de uma plataforma digital, tal que uma capacitação foi realizada sobre fotografias para o anúncio a ser criado, verificações de regras e disponibilidades, para após, ser criado o anúncio individualmente com cada participante, o que foi realizado no decorrer do mês de julho de 2018. A proposta seguiu todos os procedimentos possíveis para que a plataforma se tornasse fácil e útil aos participantes. Também foram capacitadas sobre o manuseio da plataforma, formas de aumentar a visualização de seus anúncios, além de melhorias de comercialização na descrição de seus anúncios, para que possam trabalhar com a plataforma de forma independente.

As reações de resistência às novas tecnologias, como a plataforma de hospedagem, podem ser observadas devido à incerteza do indivíduo sobre as melhoras que serão obtidas com a mudança e sobre as ameaças que estas mudanças poderão lhe causar. Como consequência, o indivíduo adapta o seu comportamento em consonância com suas percepções e estímulos recebidos. As desistências foram justificadas por não disporem de tempo hábil para administrar uma plataforma e não obterem conhecimento para utilização de tal tecnologia, mesmo contando com o apoio dos pesquisadores.

Bom dia, analisei, sei que vou perder com essa decisão, mas por enquanto vou deixar como está. Com certeza essa decisão é por falta de conhecimento e coragem minha mesma, mas fico agradecido pela conversa que tivemos e quem sabe mais tarde voltamos a conversar. Vou guardar seu contato e qualquer coisa lhe procuro, ok?! Um abraço (relato de munícipe).

Para Almeida & Coelho (2000), se os fatores de resistência à mudança resultam da análise do comportamento e motivações individuais, barreiras poderão se estender em toda a organização quando alguma pretensão de se implantar a mudança é levantada. Como reações de resistência, destacam-se: a resistência à perda de privilégios instituídos; a dificuldade em aceitar a mudança de hábitos adquiridos; a incerteza dos efeitos da mudança na segurança dos postos de trabalho conquistados ao longo de anos, com rotinas, domínios de poder; e distâncias hierárquicas.

Houve retorno de um munícipe dando *feedback* contrário ao proposto:

[...] não tem o custo que tenho para manter uma empresa e você sabe muito bem que no Brasil estar legal é difícil pela carga tributária etc. Eu gostaria sim é que de alguma maneira este pessoal que trabalha com casas de aluguel fossem legalizados e tivessem que pagar impostos, pois a concorrência deles é desleal, pois sempre estão fazendo preços mais baixos, justo por não ter gastos como eu tenho. Isso faz com que eu sobreviva com uma estrutura enorme montada. Não tenho interesse algum em entrar nisso que você me propôs e mais do que isso, o que você propõe é mais concorrência e mais pessoas trabalhando na ilegalidade. O turismo aqui ainda está engatinhando... Preciso todo ano fazer reformas etc. Muito obrigado, porém, não concordo com este sistema. Devo ir à prefeitura logo cobrar da fiscalização algo sobre isso. Se quiserem trabalhar devem abrir empresa como eu, pagar impostos etc. Informalidade e concorrência desleal. (Relato de munícipe)

Até mesmo com os próprios anunciantes houve resistência e desconfiança para adesão, uma vez que houve contato direto do autor. As tecnologias da informação têm, a cada dia, oferecido novos dispositivos, e para que possamos nos beneficiar deles, é importante dissolver a fronteira existente entre o ser humano e a máquina. A cultura humana não pode se constituir como um sistema de defesa contra as técnicas. É necessário novas propostas educacionais, compatíveis com esta condição atual, para incorporar o técnico à cultura, eliminando assim conflitos com a tecnologia.

Os avanços tecnológicos ocorrem cada vez mais rápido e pode-se dizer que é praticamente impossível não participar de algum processo que envolva o seu uso, e perceber que estas novas tecnologias têm alterado muito mais rapidamente o modo de vida do ser humano, sua estrutura de pensamento, seu modo de apreensão do conhecimento e suas relações sociais. Mas, apesar deste contexto e da consciência da irreversibilidade deste avanço, notamos que existe uma grande resistência por parte das pessoas em incorporar estas mudanças, que geralmente trazem benefícios à vida diária. Mesmo diante dessas oportunidades, há ainda um número considerável de pessoas com comportamento de aversão às mesmas.

Sobre a reação sobre às tecnologias, Weil & Rosen (1997) apud Ayres (2000) classificam as pessoas em três tipos: ansiosas para adotá-la; hesitantes e resistentes. As ansiosas adoram a tecnologia, são as primeiras a

comprar novos equipamentos e veem a tecnologia como divertida e desafiadora; os hesitantes não acham a tecnologia desafiante e preferem esperar até que alguém experimente para utilizá-la; e, os resistentes, que fogem da tecnologia, pois não se sentem familiarizados a ela.

As anunciantes também acreditam que o turismo no município de Itaipulândia auxilia na divulgação do destino, propicia a geração de renda e investimento para a localidade. As anunciantes B e C já conheciam ou tinham ouvido falar da plataforma AirBnB e todas as três já haviam pensado em alugar algum espaço de sua residência ou a residência por completo para turistas.

No momento estou afastada de meu emprego. Posso um quarto em minha casa que já aluguei em alguns momentos durante o verão, porém agora necessito de dinheiro para me manter (Anunciante A).

Me mudei há pouco tempo para Itaipulândia e sou aposentada. Fiz um investimento na reforma da minha casa para poder alugar para turistas, principalmente durante o verão. Porém, quero alugar para outros períodos também, movimentar mais o aluguel da minha casa e poder aumentar minha renda (Anunciante B).

Eu e meu marido moramos há algum tempo no Jacutinga e temos mais duas casas em nosso terreno. Eu já aluguei algumas vezes, porém muito pouco, porque é sempre por indicações ou WhatsApp. Através da internet, creio que dá para ampliar a chance de aluguel. Sem contar que adoro receber pessoas aqui em casa (Anunciante C).

Vê-se nos relatos dos três anunciantes que a motivação para inserção na plataforma é a financeira. Enquanto uma razão comumente citada para se envolver nesta prática é a monetização da hospitalidade, a possibilidade de obter lucro foi tipicamente descrita como suplementar aos motivos sociais. Tais motivos sociais incluem a oportunidade de conhecer novas pessoas, incorporando mais interação social ou um novo tipo de interação nas vidas dos anunciantes e anfitriões. A partir dos perfis das anunciantes, há indícios de que a não inserção dos demais na plataforma não é pertinente à dificuldade ou falta de acesso a tais tecnologias, mas sim a aspectos de natureza comportamental, cognitiva e cultural de resistência, inerentes na comunidade.

Eu tenho receio de usar, pois não mexo muito na internet e isso poderia ser complicado (Anunciante A).

Eu precisaria de um auxílio no início para usar o site, porque o que utilizo com frequência são redes sociais e no celular. Se for possível utilizar pelo celular, seria melhor (Anunciante C).

Tal fato constata-se, uma vez que as anunciantes não são nativas digitais. Os nativos digitais, segundo Prensky (2001), possuem a capacidade de realizar múltiplas tarefas, o que representa uma das características principais dessa geração. Ainda segundo esse autor, essa nova geração é formada, especialmente, por indivíduos que não se amedrontam diante dos desafios expostos pelas TICs e experimentam e vivenciam múltiplas possibilidades oferecidas por novos aparatos digitais.

A experiência e vivência com plataformas digitais não é algo comum para tais anunciantes devido à sua faixa etária e demais aspectos culturais. Com isso, verificou-se que não bastou somente incluir as anunciantes no processo de comercialização de seus espaços, mas a partir da capacitação e suporte, torná-las letradas digitalmente.

Para mim foi uma novidade, porque só utilizava meu smartphone para realizar e receber chamadas, e agora estou descobrindo um novo mundo (Anunciante A).

Eu nunca havia imaginado fazendo isso, ainda mais na idade que estou. Nunca havia pensado em alugar minha residência pela internet, trocar mensagens com interessados pela internet, é tudo muito novo, mas estou gostando (Anunciante B).

Bom, eu já utilizava meu smartphone e o notebook para acompanhar as redes sociais. Já tinha visto a plataforma, porém nunca havia pensado em utilizá-la como administradora de um anúncio. Está sendo muito empolgante, pois não estou aprendendo somente a vender um anúncio, mas estou me reinventando, porque junto estou aprendendo a vender melhor meu negócio, visualizando outros anúncios, me comunicando de uma melhor forma através da internet (Anunciante C).

Um processo de apropriação tecnológica vai ao encontro do processo de inclusão digital que objetiva formar cidadãos capazes de tomar decisões e de compartilhá-las com outras pessoas, em uma dinâmica de exercício da autoria, e é definida como processo que se renova e aprimora na ação e na interação dos nós, sobre e na rede de sentidos e suas interconexões. Para que esse processo ocorra, deve haver uma democratização do acesso acompanhada da alfabetização digital, com vistas ao desenvolvimento da fluência tecno-contextual de cada usuário para que, por meio da cultura de rede, rompa com paradigmas de recepção e reprodução, instaurando uma dinâmica de criação de cultura, cujos nós de rede devem interagir entre si, formando novas conexões e colocando em sinergia saberes.

As primeiras hospedagens ocorreram no mês de outubro, no qual Itaipulândia tende a receber muitos visitantes, pelo feriado de Nossa Senhora Aparecida.

Eu recebi meu primeiro hóspede. O contato foi feito através do AirBnB, porém ele solicitou se o pagamento poderia ser feito direto comigo, pois não confiava muito em pagamento online (Anunciante A).

Eu recebi uma família através da plataforma e tudo correu conforme esperado, tanto para eles, quanto a expectativa que tinham, quanto para mim, principalmente pelo receito que tinha sobre o financeiro a receber (Anunciante B).

Eu recebi um casal pela primeira vez na plataforma, porém, estou tendo vários contatos para a alta temporada (Anunciante C).

Observando Itaipulândia na plataforma em março de 2020, viu-se que a Anunciante A recebeu 2 reviews e não possui estrelas. Ela disse que ocorreram hospedagens de clientes que a procuraram pela plataforma, porém não finalizaram lá, fazendo diretamente ela. A Anunciante B não possui mais o anúncio na plataforma. A Anunciante C possui 4 reviews no Anúncio 1, com avaliação 4,75 estrelas. No anúncio da casa 2 possui 4 reviews, porém, com classificação 5 estrelas. Importante destacar que essa anunciante criou um terceiro anúncio, que até o momento não tem comentários, sem intermédio dos pesquisadores, mostrando assim uma melhoria no aspecto digital e um aumento de clientes, uma vez que hospedava somente por aplicativos de mensagens.

Cabe destacar que total de *reviews* não identifica o número real de hospedagens, pois para tal o cliente necessariamente deve avaliar a acomodação e o anfitrião pós-hospedagem optando por deixar a avaliação pública, e que identificamos que já houve a criação de anúncios por mais uma pessoa na cidade e, também em cidades vizinhas que também possuem praias artificiais similares à de Itaipulândia.

A pesquisa foi realizada no ano de 2018, com divulgações massivas por palestras, rádios comunitárias e apresentações com moradores. Mesmo com interesse de parte da comunidade, somente a participação das 3 anunciantes citadas com anúncios publicados na plataforma foi concretizada. Durante o ano de 2019 foi realizado um acompanhamento para que fosse visualizado um crescimento de anúncios na plataforma, que foi realizado através de contato bimestral com os anunciantes, juntamente com a visualização dos reviews na plataforma. A partir dos anúncios que foram criados e *reviews* de hóspedes, confirmou-se que um número de quatro anúncios foi adicionado até a data da última visualização. Embora em um primeiro momento não tenha ocorrido um índice alto de participação por meio da comunidade, houve um fomento no número de anúncios criados na plataforma. Foram criados, no ano de 2019, um total de mais quatro anúncios, sendo em sua totalidade na modalidade de casa completa. Um dos anúncios já oriundo da anunciante C, que vendo uma ascensão nas suas locações, dispôs de mais uma residência para compartilhamento na plataforma. Os demais anúncios foram criados por novos anunciantes, que também já receberam *reviews* de hóspedes, demonstrando potencial para criação de mais anúncios no destino. De acordo com (Oliveira; Viterbo & Boscaroli, 2020), a partir das primeiras relações comerciais entre hóspedes e anfitriões surgiram as avaliações geradas por meio de eWOM, que deram confiança a novos hóspedes, como também para o aumento de anúncios no destino e em municípios lindeiros.

Conclusão

Verificou-se, por meio da pesquisa-ação, o baixo índice de adeptos a plataforma digital AirBnB, e entende-se que o processo cultural para apropriação de tal plataforma não é a curto prazo, uma vez que com os anúncios criados recentemente, são realizadas as divulgações na internet pelos mesmos e pela gestão pública, a fim de aumentar a demanda de turistas. A partir das primeiras relações comerciais entre hóspedes e anfitriões, surgiram as avaliações geradas por eles, que serviram como instrumento de confiança para os próximos hóspedes, assim como para a criação e aumento de anúncios no destino e municípios lindeiros. Outro ponto de atenção é o empoderamento do anfitrião, essencial para a continuidade do sucesso da plataforma naquele município, por sua atuação central na troca do serviço.

O estudo revela o poder disruptivo da AirBnB, redefinindo escala, escopo e as relações do ecossistema de serviço. A plataforma transforma atores em autores, ou recursos operantes, habilitados a construir suas soluções ideais de serviço em um cenário de possibilidades de integração de recursos, minimizando objeções e maximizando bem-estar, com colaboração incorporada à cultura do ecossistema.

Pensar e agir de uma nova maneira é desenredar-se das formas tradicionais de oferecer produtos e serviços, e oferecer novos valores aos consumidores. Os serviços da economia compartilhada destacam segmentos de mercado interessados nos valores de compartilhamento do conhecimento, diferenciação, diversificação, flexibilidade, integração, confiabilidade. Adicionalmente, a pesquisa revela que a dinâmica de compartilhamento promove um efeito de contágio, beneficiando a organização, neste caso, a administração pública e a sociedade, impulsionada por experiências cocriadas recompensadoras, mediadas pela

plataforma, que provê recursos operados com segurança, confiança e mecanismos de reputação para colaboração entre desconhecidos. O fator surpresa do trabalho resultou essencialmente na apropriação tecnológica e mudança cultural das anunciantes, uma vez que houve a possibilidade de imersão em plataformas digitais multilaterais e que estão aprendendo e vivenciando uma nova realidade por meio das tecnologias.

Impactos negativos derivados da pesquisa podem ocorrer, como a resistência natural à mudança dos atores incumbentes, que percebem negócios colaborativos como ameaças e não como oportunidades. A dimensão dos efeitos não desejáveis, como perda de empregos e a redução de pagamento de tributos, não são ainda bem mensuradas em função da atualidade do fenômeno, que necessita de maior massa crítica de dados e distanciamento no tempo suficientes para produzir estatísticas contundentes e configuram-se, portanto, espaços para pesquisas futuras.

Com a ação finalizada, estão disponíveis na internet leitões adicionais através da plataforma. Ainda se vê uma limitação na participação da comunidade. Recomenda-se uma pesquisa mais ampla com o intuito de alcançar um número maior de municípios, além de continuar o acompanhamento dos anunciantes durante as próximas temporadas para averiguar os resultados das hospedagens. Almeja-se também que a pesquisa seja expandida e replicada para os demais municípios limdeiros. Outra pesquisa sugerida é compreender, por meio de entrevistas com os anfitriões, representantes e hóspedes, de que maneira se dá o processo de hospitalidade e relacionamento entre anfitriões e hóspedes.

REFERÊNCIAS

- AirBnB. 2020. About us, disponível em <https://www.airbnb.com.br/about/about-us>, acesso em 05. Jun. 2020.
- Allenm, D., & Berg, C. 2014. The sharing economy: How over-regulation could destroy, disponível em <https://ipa.org.au/publications/2312/the-sharing-economy-how-over-regulation-could-destroy-an-economic-revolution>, acesso em 02. Out. 2018.
- Almeida, F. Jr., Coelho, A. F. de M. 2000. O Impacto Humano da Nova Economia Digital: reflexões para uma economia latina, In: 24º Encontro Nacional de Programas de Pós Graduação - ENANPAD, Florianópolis.
- Ayres, K. V. 2000. Tecno-stress: um estudo em operadores de caixa de supermercado. In: 24º Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação - ENANPAD, Florianópolis.
- Botsman, R., & Rogers, R. 2010. What's mine is yours: The rise of collaborative consumption, New York: Harper Collins.
- Camilleri, J., & Neuhofer, B. 2017. "Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (29: 9), pp. 2322-2340.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. 2015. What is disruptive innovation?, Harvard Business Publishing.
- Cukierman, H. L., Teixeira, C. A. N., & Prikladnicki, R. 2007. "Um Olhar Sociotécnico sobre a Engenharia de Software", *Revista de Informática Teórica e Aplicada*, (14), pp. 199-219.
- Dolnicar, S. 2019. "A review of research into paid online peer-to-peer accommodation: Launching the annals of tourism research curated collection on peer-to-peer accommodation", *Annals of Tourism Research*, (75), pp. 248-264.
- Guttentag, D. 2015. "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector", *Curr. Issues Tour*, (18:12), pp. 1192-1217.
- Hassanli, N., Small, J., & Darcy, S. 2019. "The representation of Airbnb in newspapers: A critical discourse analysis", *Current Issues in Tourism*. Advance online publication, pp. 1-13.
- IBGE. 2018. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: Dados Gerais do Município de Itaipulândia, disponível em <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=411095&search=%7Citaipulandia>, acesso em 04. Jun.2020.
- IDC (2014). International Data Corporation: Predictions 2015: Accelerating Innovation — and Growth — on the 3rd Platform. International Data Corporation (IDC)
- Ikkala, T., & Lampinen, A. 2015. "Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb", *Proceedings of the Companion Publication of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW Companion'14)*, ACM, pp. 1033-1044.

- Jung, J., Park, S., Yoon, S., Lee, K.P., Ki, S., & Lee, U. 2016. "Social or financial goals? Comparative analysis of user behaviors in Couchsurfing and Airbnb", Proceedings of the Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, ACM, pp. 2857–2863.
- Lampinen, A., & Cheshire, C. 2016. "Hosting via Airbnb: motivations and financial assurances in monetized network hospitality", CHI '16 Proceedings, Conference on Human Factors in Computing Systems, Association for Computing Machinery, New York, NY, pp. 1669-1680.
- Ma, X., Hancock, J. T., Mingjie, K.L., & Naaman, M. 2017. "Self-disclosure and perceived trustworthiness of Airbnb profiles", Proceedings of the 20th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW'17), ACM, pp. 2397–2409.
- Madrigal, M. O., Á., S. F., & López-Gay, A. 2018. "El auge de Airbnb en Ciudad de México: implicaciones espaciales y sociodemográficas", Coyuntura Demográfica, (14), pp. 89-99.
- Ministério do Turismo., Sebrae., Fundação Getulio Vargas., & Barbosa, L. G. (org.). 2008. Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil. Brasília – DF.
- Mohlmann, M. 2015. "Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again", Journal of Consumer Behaviour, (14), pp. 193–207.
- Nieuwland, S., & Melik, R.V. 2020. "Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals", Current Issues in Tourism, (23:7), pp. 811-825.
- Oliveira, N. M. 2018. AirBnB em Itaipulândia/PR: cocriando valor por meio da infraestrutura de hospedagem alternativa. 112 p. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2018.
- Oliveira, N. M., Viterbo, J. & Boscaroli, C. 2020. "Um estudo sobre apropriação tecnológica no fomento à hospedagem alternativa em cidades de pequeno porte", In: Anais do Workshop Sobre as Implicações da Computação na Sociedade, 1, Evento Online. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, june 2020. p. 122-129. DOI: <https://doi.org/10.5753/wics.2020.11043>.
- Prahalad, C.K., & Ramaswamy, V. 2004. "Co-creation experiences: the next practice in value creation", Journal of Interactive Marketing, (18:3), pp. 5-14.
- Prensky, M. 2001, "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1", On the Horizon, (9:5), pp. 1-6.
- Rodrigues, A.; Guimarães, C.; Viterbo, J.; & Boscaroli, C. 2016. "Spotify em foco: Um Estudo de Caso sobre Sistemas para a Terceira Plataforma Computacional", Anais da III Escola Regional de Sistemas de Informação do Rio de Janeiro. Sociedade Brasileira de Computação (SBC). Rio de Janeiro.
- Rogers, D. L. 2017. "Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital", 1 ed, São Paulo: Atlântica Business, 336 pp.
- Severino, A. J. 2007. Metodologia do trabalho científico, 23 ed rev. e atualizada, São Paulo: Cortez, 280 pp.
- Schor, J., & Fitzmaurice, C. 2014. "Collaborating and connecting: the emergence of a sharing economy", Handbook on Research on Sustainable Consumption, 2014.
- Slow Movement. 2016. What is Slow Travel, disponível em http://www.slowmovement.com/slow_travel, acesso em 15. Jun. 2020.
- Unwto. 2017. World Tourism Organization. New platform tourism services (or the so-called Sharing Economy): understand, rethink and adapt, New York.
- Vargo, S. L., Maglio, P. P., & Akaka, M. A. 2008. "On value and value co-creation: a service systems and service logic perspective", European Management Journal, (26:3), pp. 145-152.
- Wachsmuth, D; Weisler, A. 2018. "Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy", Environment and Planning A: Economy and Space, (50), pp. 1147–1170.
- Yu, D., & Hang, C. C. 2010. "A Reflective Review of Disruptive Innovation Theory", International Journal of Management Reviews, (12), pp. 435-452.