

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

REBECA VALENTE PERCHES

A Produção do Espaço Urbano no Contexto do Airbnb:
implicações no turismo e no mercado imobiliário paulistano

São Paulo
2025

REBECA VALENTE PERCHES

A Produção do Espaço Urbano no Contexto do Airbnb:
implicações no turismo e no mercado imobiliário paulistano

Trabalho de Graduação Integrado (TGI)
apresentado ao Departamento de Geografia da
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas, da Universidade de São Paulo, como
parte dos requisitos para obtenção do título de
bacharel em Geografia.

Área de Concentração: Geografia Humana

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Rita de Cássia Ariza da
Cruz

São Paulo

2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Dedico este trabalho

À minha mãe, Valéria, por seus ensinamentos,

Ao meu pai, Ivan, por investir na minha educação,

Ao meu irmão, Pedro, por seu apoio constante,

E ao meu grande amor, Henrique, por nunca soltar a minha mão.

AGRADECIMENTOS

À Profª Drª Rita de Cássia Ariza da Cruz, por todos os ensinamentos ao longo da minha graduação, e pelo apoio e orientação ao longo da elaboração deste trabalho.

Aos meus colegas de turma, que tornaram a experiência na Universidade única e me ensinaram tanto.

À Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, pela oportunidade de realização do curso.

RESUMO

PERCHES, Rebeca Valente. **A Produção do Espaço Urbano no Contexto do Airbnb:** implicações no turismo e no mercado imobiliário paulistano. 2025. 46 f. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2025.

Este trabalho analisa os impactos do Airbnb na produção e reprodução do espaço urbano na cidade de São Paulo, investigando sua atuação no contexto do turismo urbano e da economia compartilhada. O objetivo da pesquisa é compreender a influência da plataforma nas dinâmicas espaciais, sociais e econômicas, além das transformações geradas no mercado de hospedagem e na organização territorial. A metodologia envolveu pesquisa bibliográfica e análise de dados sobre distribuição de imóveis, concentração imobiliária e padrões de uso na plataforma. Os resultados indicaram a diversificação da oferta de hospedagem e a fomentação da economia local. Por outro lado, os resultados também mostraram a intensificação das desigualdades espaciais, a gentrificação e a pressão sobre o mercado de moradias. A concentração de propriedades nas mãos de grandes administradores revela o afastamento do modelo inicial de economia compartilhada. Enquanto catalisador de mudanças urbanas, o Airbnb demanda regulamentações que equilibrem seu uso com benefícios econômicos e garantia de direitos urbanos, reforçando a importância de um planejamento urbano inclusivo.

Palavras-chave: Airbnb. Turismo urbano. Economia compartilhada. Produção do espaço. São Paulo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Número de hóspedes no Airbnb (2010-2016)	19
Figura 2	Experiências no Airbnb	20
Figura 3	<i>Banner</i> da 48ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo	31
Figura 4	Mapa da presença dos maiores anfitriões em São Paulo	38
Figura 5	Distribuição das listagens em São Paulo	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 – REFLEXÕES INTRODUTÓRIAS SOBRE CONCEITOS FUNDAMENTAIS.....	9
1.1 Economia Compartilhada e <i>Peer-to-Peer</i>	9
1.2 A Produção do Espaço e a Cidade como Negócio	12
CAPÍTULO 2 – O CRESCIMENTO DO AIRBNB E SEUS IMPACTOS.....	18
2.1 Surgimento e História do Airbnb	18
2.2 Impactos Socioeconômicos do Airbnb	21
CAPÍTULO 3 – O AIRBNB NA GEOGRAFIA DO TURISMO URBANO	25
3.1 A Relação entre Turismo e Produção do Espaço	25
3.1.1 <i>Tempo livre, ócio e turismo</i>	26
3.1.2 <i>A produção do espaço turístico</i>	27
3.2 O Turismo e o Airbnb em São Paulo	30
3.2.1 <i>O Airbnb em São Paulo em mapas e números</i>	35
3.3 Expansão da Oferta, Tendências e Desafios Futuros	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS	44

INTRODUÇÃO

O Airbnb é uma plataforma inserida no contexto da economia compartilhada e do turismo urbano. Sua consolidação e expansão, ao longo dos últimos anos, tem gerado discussões sobre as possíveis transformações que pode gerar nas lógicas de consumo e uso do espaço. Ao iniciar suas operações no Brasil, em 2012, o Airbnb se posicionou como solução e alternativa inovadora para o mercado de aluguéis de curto prazo. No entanto, seu papel tem tangenciado um fenômeno urbano que afeta profundamente o mercado imobiliário, o turismo e as dinâmicas socioespaciais e econômicas das cidades.

Nesse contexto, São Paulo, cidade consolidada como “capital dos negócios” – e um dos principais polos econômicos do Brasil, se posiciona como cenário propício para analisar as transformações provocadas pelo Airbnb. Trata-se de uma cidade repleta de características de uma metrópole global, com modernas infraestruturas e muita diversidade cultural, o que atrai milhares de turistas, nacionais e estrangeiros, todos os anos. Na cidade, a expansão do mercado turístico, patrocinada por plataformas P2P, suscita grandes desafios como a gentrificação, a desigualdade no acesso à moradia, além de gerar discussões sobre regulamentação desse tipo de mercado.

Assim, a pesquisa que deu origem a este trabalho buscou compreender as dinâmicas que envolvem o Airbnb em São Paulo, levando em consideração os aspectos econômicos, sociais e espaciais. A discussão abrange a explanação de conceitos fundamentais, a contextualização e história da plataforma, bem como uma análise sobre a geografia do turismo urbano. Para isso, foi utilizada análise bibliográfica, com base na leitura de artigos acadêmicos e livros sobre os tópicos discutidos. Vale ressaltar que, como parte dos textos não estão disponíveis online ou de forma acessível, foi utilizado o recurso *apud*, para complementar a discussão, possibilitando incorporar diferentes perspectivas e garantindo embasamento mais sólido para a análise dos fenômenos.

Com isso, este trabalho procura contribuir para uma reflexão crítica sobre o papel do Airbnb na cidade, bem como seus impactos diretos e indiretos no contexto urbano contemporâneo.

CAPÍTULO 1 – REFLEXÕES INTRODUTÓRIAS SOBRE CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Este capítulo tem como principal objetivo discutir conceitos fundamentais que sustentam a análise proposta neste trabalho. Serão abordadas, inicialmente, as definições de *economia compartilhada* e *economia peer-to-peer* (P2P), para, em seguida, ser explorada a produção do espaço urbano e a concepção da *cidade como negócio*. Trata-se de conceitos essenciais para a compreensão do contexto em que a plataforma digital do Airbnb opera, bem como os impactos sociais, econômicos e espaciais que pode gerar.

Enquanto fenômenos econômicos da contemporaneidade, a economia compartilhada e a economia *peer-to-peer* vêm transformando intensamente as relações entre produtores, consumidores e o espaço urbano. Essas dinâmicas se apoiam na digitalização e no avanço tecnológico para ampliar o acesso a bens e serviços e se sustentam sob o argumento de que promovem maior eficiência no uso de recursos subutilizados. Todavia, plataformas como o Airbnb desafiam as estruturas econômicas e regulatórias tradicionais, estimulando questionamentos sobre a precarização do trabalho, a desigualdade social e as transformações urbanas.

Já a produção do espaço urbano, como dinâmica associada à lógica capitalista, é uma discussão que posiciona a cidade como um espaço estratégico para a acumulação de capital. Enquanto mercadoria, o espaço reproduz uma desigualdade que é inerente ao sistema do qual faz parte e, ao mesmo tempo, possibilita novas formas de apropriação e de uso. Assim, este capítulo busca mostrar como a interação entre essas diferentes dimensões é fundamental para entender a cidade como lugar de inovações econômicas, além de cenário de constantes conflitos sociais e territoriais.

1.1 Economia Compartilhada e *Peer-to-Peer*

A Economia Compartilhada, ou economia colaborativa – como também é conhecida, é um modelo econômico baseado no compartilhamento de recursos, bens ou serviços entre indivíduos. Essa dinâmica é normalmente auxiliada por plataformas digitais que exercem o papel de facilitar essas trocas. Esse modelo é reconhecido por promover eficiência no uso de ativos subutilizados, por usar tecnologias digitais e por criar mercados de consumo colaborativo. A economia compartilhada permite que os indivíduos ofereçam e adquiram bens e serviços diretamente, sem a necessidade de intermediários tradicionais.

A difusão desse modelo econômico foi fortemente impulsionada pela crescente expansão da *internet*, além da evolução das tecnologias móveis. “Sem as mídias sociais, a economia compartilhada provavelmente nem existiria em seu formato atual” (SUNDARARAJAN, 2018, p. 52). Apesar de a concepção de compartilhar recursos não ser nova, a ascensão das plataformas digitais permitiu que esse modelo adquirisse mais eficiência e se expandisse em escala global.

Nas últimas duas décadas, a tecnologia da informação facilitou a criação de mercados maiores, mais rápidos e geograficamente diversificados. Com isso, permitiu que os consumidores tivessem acesso a uma gama mais ampla e personalizada de produtos e serviços. Os mercados da Internet conseguiram lidar de maneira relativamente bem-sucedida com os problemas de incentivo que surgem no comércio de longa distância e semi-anônimo e, assim, possibilitaram a entrada e a participação de pequenos fornecedores e trabalhadores flexíveis em diversos mercados (EINAV et al., 2016, p. 630).

No início dos anos 2000, surgiram as primeiras plataformas geridas pela economia compartilhada, como a Napster, empresa de compartilhamento de arquivos, e o BlaBlaCar, compartilhamento de caronas. Entre 2008 e 2010 foram criadas empresas como Airbnb e Uber, que modificaram os mercados de hospedagem e transporte, respectivamente. A partir de 2010, esse modelo se expandiu para diversas áreas como o *coworking* (WeWork), serviços de limpeza (TaskRabbit) e empréstimo de dinheiro (LendingClub). Há um fator geográfico muito importante na dinâmica da economia compartilhada: a proximidade frequentemente é um fator decisivo nesses mercados, que são “especialmente sólidos em áreas urbanas densamente povoadas. Também são mais vantajosos nessas áreas porque funcionam mais eficientemente quando seus participantes vivem próximos uns dos outros” (SUNDARARAJAN, 2018, p. 83-84).

Os principais benefícios desse modelo econômico incluem a eficiência e a redução de custos. A economia compartilhada permite o melhor uso de recursos subutilizados, como carros e imóveis, o que garante maior eficiência econômica, além de redução de custos para os consumidores. É um modelo que evidencia o potencial do acesso em detrimento da posse (Sundararajan, p. 41, 2018). Segundo Stephany (2015, p. 9, apud SUNDARARAJAN, 2018, p. 58), a economia compartilhada é o valor de disponibilizar *online* bens subutilizados, o que pode gerar menor necessidade de posse sobre os bens. A economia compartilhada pode, ainda, trazer mais flexibilidade e acessibilidade, ao oferecer alternativas mais acessíveis e flexíveis aos serviços tradicionais, além de gerar oportunidades de novas fontes de renda para os indivíduos.

No entanto, esse modelo econômico apresenta alguns desafios significativos. Ao pensar em regulamentação, observa-se que muitas empresas operam em áreas de incerteza da

legislação. Outro grande desafio é a desconfiança dos usuários das plataformas, que precisam interagir diretamente com desconhecidos. Para mais, a precarização do trabalho surge como ponto crítico. A economia compartilhada envolve um modelo de trabalho, em que trabalhadores não têm acesso aos benefícios tradicionais, como seguro saúde e férias remuneradas.

De maneira geral, entende-se que a economia compartilhada mudou – e ainda muda – significativamente o padrão de consumo e oferta de serviços, oferecendo benefícios e oportunidades, mas também desafios a serem geridos e regulados.

Nesse contexto, outro conceito relevante para entender o modelo econômico no qual se insere a plataforma do Airbnb é a economia *peer-to-peer* (P2P). Nesse modelo, indivíduos compram e vendem produtos e serviços diretamente entre si, isto é, sem empresas ou organizações intermediárias. As transações ocorrem de forma mais horizontalizada e descentralizada. Nesse sentido, as plataformas digitais exercem um papel muito importante ao conectar pares e permitir que essas transações ocorram de maneira eficiente e segura.

(...) embora quase tão antiga quanto a própria internet, a troca *peer-to-peer* (entre indivíduos) recentemente deixou de ser apenas um suplemento ou extensão das formas existentes de comércio para criar modelos de negócios e comportamentos de consumo completamente novos, que ainda não eram totalmente concebíveis nos primórdios da internet (SUNDARARAJAN, 2018, p. 81).

O aplicativo do Airbnb atua como esse intermediário, proporcionando ambiente seguro para negociações entre hóspede e anfitrião. Além disso, os mecanismos de operação da economia P2P incluem cadastro e verificação. Assim, os usuários criam perfis e têm suas identidades verificadas, o que aumenta a confiança dos consumidores. Como argumenta Botsman e Capelin (2016), a ideia de experiências autênticas, criadas através da conexão entre desconhecidos, fez com que o surgimento do Airbnb fosse interpretado pelos usuários mais como um movimento do que como um mercado em si.

A plataforma exibe uma listagem de produtos – no caso, acomodações – que podem ser pesquisados e filtrados pelos usuários. As transações são também facilitadas pela plataforma, que oferece garantia e segurança. No fim, existe a possibilidade de deixar avaliações, o que cria um ambiente de maior confiança no aplicativo.

Entretanto, Sundararajan (2018, p. 86) traz um contraponto relevante, ao argumentar que a dinâmica de *feedbacks* revela uma nova forma de “evolução darwinista”, na qual aqueles com avaliações baixas tendem a sair do mercado. Nessa lógica, os indivíduos precisam lutar por sua sobrevivência comercial – apenas os mais bem avaliados permanecem competitivos. Embora as premissas do darwinismo social sejam questionáveis, a analogia traçada por

Sundararajan é pertinente e descreve a pressão seletiva e constante que o mercado digital exerce sobre seus participantes.

As principais vantagens do modelo *peer-to-peer* incluem a redução dos custos, para o consumidor, e um aumento da margem de lucro, para o ofertante, ao eliminar a necessidade de um intermediário. Além disso, a plataforma do Airbnb oferece maior flexibilidade aos usuários, de forma que oferta e demanda podem ser ajustadas individualmente conforme seus desejos e necessidades. Para mais, facilita a entrada de maior variedade de produtos e serviços, a preços cada vez mais competitivos.

Por outro lado, uma desvantagem pode ser a desconfiança entre hóspedes e anfitriões, já que as transações são feitas, normalmente, entre desconhecidos. “Para que as pessoas utilizem o Airbnb, elas precisam se sentir confortáveis com a ideia de que desconhecidos podem ser confiáveis¹” (BOTSMAN; CAPELIN, 2016, tradução nossa). Para a autora, o funcionamento do Airbnb pode até depender dos milhares de imóveis e quartos vazios e subutilizados, mas seu sucesso é explicado justamente por essa confiança estabelecida entre desconhecidos.

Além disso, a qualidade dos serviços e produtos pode variar significativamente, porque não há padrão aplicável a todos os imóveis ofertados. Um grande desafio surge, ainda, em termos da regulamentação. A economia P2P opera, muitas vezes, em áreas incertas da lei, criando incertezas para usuários e ofertantes, além de impactar outros setores da economia que são mais regulamentados, como o setor hoteleiro e o mercado imobiliário.

Nesse contexto, a economia *peer-to-peer* têm evoluído cada vez mais, apoiada pela inovação tecnológica e pela crescente aceitação por parte dos usuários. Esse modelo econômico, além de transformar a dinâmica de troca de bens e serviços, desafia as estruturas econômicas tradicionais, garantindo eficiência e maior acessibilidade no mercado, mas também pode trazer prejuízos, como o trabalho informal, a desigualdade e a transformação da cidade.

1.2 A Produção do Espaço e a Cidade como Negócio

Analisar a produção do espaço é um relevante ponto de partida para entender as dinâmicas geradas pela plataforma do Airbnb e o contexto em que opera. Segundo Carlos, Volochko e Alvarez (2018, p. 7), a análise da produção do espaço é uma ferramenta estratégica para compreender o mundo, uma vez que potencializa as reflexões sobre os processos e as

¹For people to try Airbnb, they must become comfortable with the idea that those they have never met can be trustworthy (BOTSMAN; CAPELIN, 2016)

relações sociais que se reproduzem no espaço. Segundo Carlos (2018, p. 43), a produção do espaço é inerente à reprodução da vida. Assim, podemos entender que esse processo está intimamente ligado à produção da sociedade.

Para entender esse conceito, é preciso compreender que o espaço é uma mercadoria e, como toda mercadoria, é possuidor de valor. O capitalismo se apropria do espaço em três esferas: recurso, força produtiva e mercadoria (Carlos, 2015, apud Tambelli, 2020, p. 45). O espaço como mercadoria, segundo Carlos (2018, p. 50), se transforma em valor de troca e valor de uso, orientando apropriações e hierarquizando os indivíduos na cidade. Assim, a produção do espaço como mercadoria acontece em dois níveis: a produção da habitação e a produção da cidade. A habitação é uma mercadoria intercambiável, negociada no mercado imobiliário onde a função moradia se realiza. Já a produção da própria cidade é dada pelo trabalho social presente e pelo trabalho social acumulado ao longo da história. Há uma contradição nesse processo: ao mesmo tempo em que a cidade é produzida pelo trabalho social, sua apropriação ocorre na esfera privada – e é aqui que percebemos a desigualdade na cidade e a existência da propriedade privada da riqueza.

Essa, no entanto, não é a única contradição desse processo. À medida em que produz espaço, o capital cria também uma barreira ao seu próprio desenvolvimento: o espaço vem se tornando raridade na metrópole. É a realização efetiva da apropriação da propriedade privada que gera essa escassez.

O espaço se torna raro no centro e suas vizinhanças, fenômeno que se materializa na escassez de terrenos destinados à construção dos edifícios corporativos para atender ao crescimento e à modernização do setor de serviços (...), que exige, além de novos edifícios (...), uma condição de centralidade, uma rede de circulação/comunicação e a proximidade (CARLOS, 2018, p. 55).

Esse movimento gera uma expansão da área central e uma nova área de serviços modernos começa a se constituir como novo polo de atração para novos investimentos imobiliários. Em outras palavras, segundo Miele (2018, p. 88), a propriedade privada do solo representa um elemento central para a reprodução capitalista, ao mesmo tempo em que cria uma barreira impeditiva para a produção do espaço – elemento essencial para a acumulação.

Além de ser produzida como negócio, a cidade é produzida como segregação. “Se ao ser produzida como negócio, viabiliza a realização da propriedade privada, da produção e circulação do valor e do valor de troca, ela é, simultaneamente, produzida como uma luta pela cidade cujo fundamento principal é a apropriação e o uso (ALVAREZ, 2018, p. 65)”. Assim, a segregação se manifesta no modo como o espaço urbano se organiza, isto é, voltado a atender

aos interesses do mercado e deixando a população mais vulnerável às margens da cidade. A luta pela cidade pode refletir, portanto, o confronto entre aqueles que entendem a cidade como uma mercadoria e aqueles que reivindicam seus direitos de uso e apropriação do espaço urbano. É nesse sentido que a segregação espacial se manifesta como consequência direta da lógica de produção da cidade como negócio, que perpetua desigualdades tanto sociais quanto territoriais.

Conforme argumenta Volochko (2018, p. 100), a produção do espaço urbano é um processo intensamente marcado por dinâmicas históricas e sociais, nas quais o valor de troca do espaço está intimamente ligado à capacidade de transformação do seu valor de uso. Essa transformação pode ocorrer por meio de construção, destruição e reconstrução, impulsionada sobretudo pelo mercado, mas também por políticas públicas. Essa dinâmica é central para a especulação imobiliária, que capitaliza o espaço, maximizando o seu potencial de valorização futura. “Portanto, pensamos que a urbanização é também um processo de transformação da renda do solo em valor do solo, valor dos imóveis e valor do espaço urbano, dados pelo trabalho social e pela constituição de um mercado imobiliário urbano” (VOLOCHKO, 2018, p. 101). Em outras palavras, além de reorganizar o espaço físico da cidade, o processo de urbanização também converte o solo urbano em mercadoria altamente valorizável, moldado pelas interações entre trabalho humano e dinâmicas do mercado.

A “produção da metrópole como negócio” se situa nesse contexto, dando novo conteúdo à urbanização contemporânea, na qual o espaço aparece como condição necessária ao processo de reprodução do capital, isto é, o capital só pode se realizar através da estratégia que torna o espaço um momento do processo produtivo (CARLOS, 2018, p. 44).

Nesse contexto, é na metrópole que emergem os novos mecanismos de produção do espaço urbano. A metrópole, segundo Carlos (2018, p. 45) é localização e suporte das relações sociais de produção e é o meio através do qual o ciclo de rotação do capital se concretiza. Por meio dela, fluxos de produção, distribuição, circulação, troca e consumo de mercadorias são continuamente criados, moldando um espaço complexo e desigual. “(...) A metrópole se reproduz tanto como possibilidade de realização do ciclo do capital de produção da mercadoria quanto como matéria-prima para efetivação do capital financeiro através do consumo produtivo do espaço” (CARLOS, 2018, p. 45). Essa reprodução reflete a lógica do capital, além de evidenciar o papel central que a metrópole exerce como palco de conflitos sociais e lutas pelo direito à cidade, ponderados por interesses econômicos.

Assim, parece ser na escala urbana e metropolitana que a reprodução do espaço ganha maior densidade, trazendo novas formas e conteúdos à metrópole, os quais se colocam como condição da financeirização enquanto processo de flexibilização necessária da

imobilidade e fixidez da propriedade privada do solo (CARLOS; VOLOCHKO; ALVAREZ, 2018, p. 9).

A concepção de cidade como lugar do negócio foi superada pela noção de cidade como objeto dos grandes negócios (SANTOS, 2018, p. 33). Assim, precisamos olhar para a própria cidade como fenômeno e evento que permite a continuidade das estratégias de acumulação. “O movimento do capital em seu processo de acumulação torna a produção do espaço (social e histórico) condição, meio e produto de realização do ciclo do capital, materializando os momentos de produção-circulação-distribuição-troca e consumo (...)” (CARLOS, 2018, p. 47). Nesse contexto, o setor imobiliário exerce papel essencial na manutenção da cidade como negócio. A atividade imobiliária da incorporação é o segmento que tem gerado os maiores lucros e, por isso, se coloca como mediadora entre o local (cidade, urbano, metrópole) e o global (grande capital financeirizado) (Santos, 2018, p. 38).

(...) o solo urbano não aparece mais somente como reserva de valor (...), mas cada vez mais como investimento possível de gerar mais valor, implicado em estratégias que tornam a produção do espaço um setor produtivo, ou seja, ele se torna condição da acumulação, o que faz com que o setor imobiliário ganhe importância central, principalmente quando se concretizam estratégias que são mobilidade potencial aos capitais (MIELE, 2018, p. 87).

As operações imobiliárias, segundo Carlos (2018, p. 58) envolvem diferentes interesses. De um lado, um empresário aluga um imóvel para realizar suas atividades, efetivando o uso do espaço e, de outro lado, o investidor compra um imóvel para alugar, o que representa um retorno do dinheiro e encerra o ciclo do capital financeiro investido na construção do edifício. Podemos estender essa discussão para além dos imóveis corporativos. Os interesses envolvidos na construção de imóveis residenciais podem funcionar da mesma forma: de um lado os interessados em alugar para ter um lugar para morar e, de outro, os interessados em comprar um imóvel para alugar, gerando retorno financeiro da compra. O Airbnb opera nesse ponto: construtoras constroem imóveis e anfitriões compram imóveis para disponibilizar na plataforma e obter retornos financeiros com o aluguel.

Vale ressaltar, também, o importante papel que o Estado exerce nesse processo. É o Estado quem custeia a urbanização através da construção de infraestrutura e do direcionamento do investimento orçamentário. Além disso, é responsável por modificar as leis de zoneamento, as normas construtivas e por atuar diretamente em operações urbanas que liberam áreas para o mercado (Carlos, 2018, p. 58). Ademais, “as violentas reintegrações de posse atestam a força do Estado na defesa dos interesses da propriedade imobiliária em detrimento do direito ao uso e à moradia” (ALVAREZ, 2018, p. 65). Assim, a produção do espaço pode ser entendida não só

como um produto imobiliário, mas também como uma construção política e estratégica do Estado.

Outro fator relevante a ser destacado é a atividade turística, porque representa uma nova fronteira de mercantilização e de consumo do espaço. “(...) A produção do espaço turístico realiza-se como ponta de lança para a reprodução capitalista da cidade, sendo álibi para os processos de renovação/revitalização urbana que inauguram novas possibilidades de acumulação por meio da destruição/reconstrução dos espaços urbanos” (CARLOS; VOLOCHKO; ALVAREZ, 2018, p. 10).

Vale lembrar, mais uma vez, do papel que os planos políticos exercem ao validar a requalificação urbana necessária à expansão do turismo como forma de acumulação de capital. Essa acumulação se realiza sobretudo nos negócios imobiliários, juntamente com o capital financeiro, a indústria da construção civil e a administração local (Soares, 2018, p. 238). Luís Severo Soares (2018, p. 228) explica que, desde a década de 1950, o turismo esteve presente nas pautas governamentais, representando interesses mercadológicos e desejos dos consumidores, mediado pela produção capitalista. É nesse contexto que a organização espacial para o turismo se torna uma nova peça no mapa da expansão capitalista. A cidade representa, então, o lugar de oferta, ao mesmo tempo em que é o lugar da demanda (Soares, 2018, p. 230).

Nesse contexto, o turismo, segundo Soares (2018, p. 236) é uma ação e um negócio que produz e reproduz as relações de produção capitalistas – trabalho, lazer, consumo.

Em outras palavras, consideramos que a promoção e a realização do turismo no espaço urbano se aproximam aos movimentos de produção e de reprodução do espaço urbano constituídos como condição a acumulação capitalista, isto é, a constituição da própria cidade como negócio que, dentre outros, é “turístico” (SOARES, 2018, p. 237).

Podemos entender, assim, que o modelo de negócio do Airbnb é “reprodutor das exigências de um regime de valorização financeira com dominação do capital portador de juros e suas consequências no processo de produção e reprodução do espaço urbano” (TAMBELLI, 2020, p. 17). O Airbnb é, acima de tudo, um fenômeno urbano voltado à monetização.

(...) em vez de focar em destinos de férias ou em áreas de turismo, focou em cidades. Apesar da atenção dada às casas na árvore e a tendas, a verdadeira invenção da Airbnb foi ser um fenômeno quase totalmente urbano, focado em cidades, e anfitriões millenials, que querem monetizar seus pequenos apartamentos urbanos (GALLAGHER, 2018, p. 179, apud TAMBELLI, 2020, p. 19).

Segundo Tambelli (2020, p. 44), “as análises demonstram que o Airbnb tem papel ativo, inserido no processo de valorização do mercado imobiliário, tanto na valorização financeira, quanto na própria regulação dos negócios imobiliários, impactando na produção do espaço”.

A cidade como negócio é também a cidade da economia compartilhada. Sundararajan (2018, p. 104) argumenta que cidadãos estão constantemente compartilhando: parques, meios de transporte, áreas comuns em seus condomínios. Assim, entende-se que moradores da cidade são mais acostumados com o compartilhamento de bens ao invés da posse exclusiva. “Isso nos torna intrinsecamente mais adaptados aos comportamentos mediados por tecnologias digitais de compartilhamento” (SUNDARARAJAN, 2018, p. 104). Além disso, o autor retoma a importância da proximidade geográfica para as trocas *peer-to-peer*, ressaltando que quanto mais densamente povoada a cidade, mais viável ela se torna para abarcar esse modelo econômico. Entende-se, assim, o porquê a cidade se torna o lugar ideal para a propagação de negócios da economia compartilhada.

Vale ressaltar que, embora a afirmação de que os moradores da cidade são mais habituados ao compartilhamento de bens faça sentido quando pensamos nas interações cotidianas, o sistema capitalista, onde essas interações ocorrem, continua valorizando e fortemente pregando o individualismo e a posse exclusiva. Nesse sentido, a aquisição de propriedade privada continua sendo um símbolo de *status* e sucesso e alimenta o desejo pela exclusividade e pela posse. No entanto, a afirmação do autor não deixa de ser pertinente ao considerar o cotidiano urbano, onde o compartilhamento se coloca como prática inevitável em meio a cidades densamente povoadas. Observa-se, assim, um ponto de tensão entre a lógica individualista e as demandas coletivas de convivência.

CAPÍTULO 2 – O CRESCIMENTO DO AIRBNB E SEUS IMPACTOS

As plataformas e aplicativos digitais vêm crescendo e transformando as dinâmicas socioespaciais nas cidades em que operam. É nesse contexto que o Airbnb surge e se consagra como fenômeno marcante no mercado de hospedagens, transformando as interações entre viajantes, anfitriões e o espaço. Desde sua criação em 2008, o aplicativo ampliou o acesso a diferentes opções de estadia, em inúmeras partes do mundo, mas também provocou grandes implicações para as cidades onde atua, ao conectar-se com as dinâmicas capitalistas e transformar o espaço urbano.

Assim, o presente capítulo tem como objetivo explorar a história e o crescimento do Airbnb, bem como analisar seus impactos socioeconômicos. Serão explorados os aspectos positivos, como a geração de novas fontes de renda e a dinamização das economias locais, e também os principais desafios e consequências adversas, figurados principalmente na valorização imobiliária, na gentrificação e nos efeitos sociais nas comunidades. São questões como essas que ilustram como o Airbnb pode afetar diretamente a organização e as dinâmicas de vivência e convivência nas cidades.

Ao longo do capítulo, será evidenciado como o Airbnb se relaciona com questões mais amplas, como o mercado imobiliário, o turismo urbano e as disputas pelo direito à cidade. A análise aqui proposta busca compreender contradições e os impactos multifacetados dessa plataforma no tecido social e econômico das metrópoles contemporâneas.

2.1 Surgimento e História do Airbnb

O Airbnb é uma plataforma *on-line* onde usuários podem oferecer acomodações, quartos, casas ou apartamentos inteiros, possibilitando aos viajantes uma experiência diferente dos hotéis tradicionais. A ideia surgiu em 2007, quando uma dupla de amigos recebeu três hóspedes em sua casa, na cidade de São Francisco na Califórnia (AIRBNB, 2024).

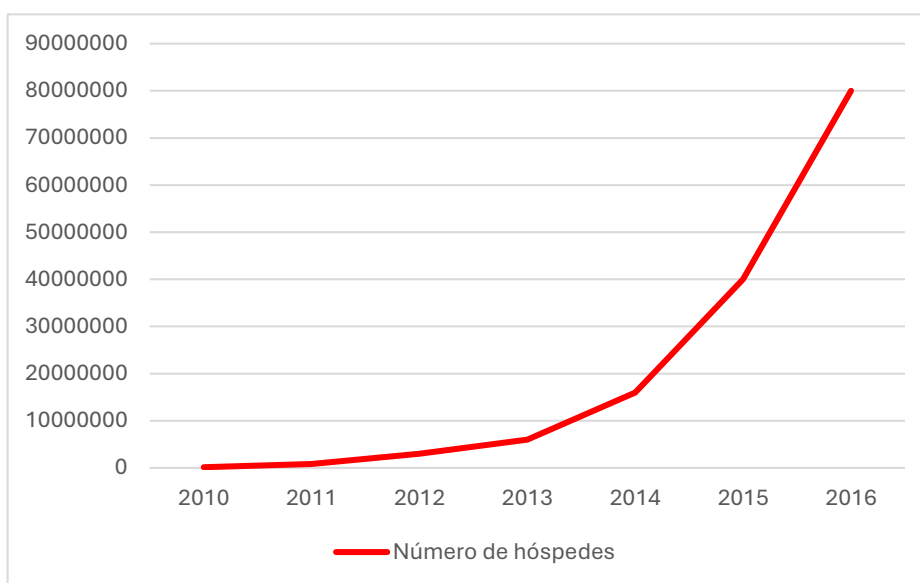
A visão do Airbnb de Chesky² era muito modesta no início. “A motivação para começar o Airbnb foi conseguir pagar nosso aluguel de outubro de 2007. Eu me lembro que o aluguel era de 1.150 dólares. O proprietário havia subido seu valor, e um congresso internacional de design aconteceria em São Francisco no final de semana. Todos os hotéis estavam lotados. Então tivemos uma ideia: e se a nossa casa virasse uma pousada (*bed and breakfast*) para o congresso de design? Joe (Gebbia, cofundador do Airbnb e colega de apartamento e de faculdade de Chesky à época) tinha três colchões de ar (*airbeds*). Tiramos os três do armário e os chamamos de ‘AirBed and Breakfast’.” (SUNDARARAJAN, p. 30, 2018).

² Brian Chesky é cofundador e CEO do Airbnb.

Hoje, a plataforma se posicionou como uma alternativa ao mercado tradicional de hospedagem e conta com mais de 5 milhões de anfitriões e mais de 2 bilhões de hóspedes em quase todos os países do mundo (AIRBNB, 2024). Até junho de 2024, havia mais de 8 milhões de anúncios ativos na plataforma e, até dezembro de 2023, mais de 100 mil cidades e municípios possuíam anúncios ativos, em mais de 220 países e regiões (AIRBNB, 2024).

Para ilustrar o rápido crescimento da plataforma, o gráfico abaixo mostra o número de hóspedes no Airbnb, nos primeiros anos em que a empresa surgiu, mais especificamente entre 2010 e 2016. Observa-se o crescimento quase exponencial do aplicativo, pulando de 140 mil hóspedes para 80 milhões em apenas 6 anos.

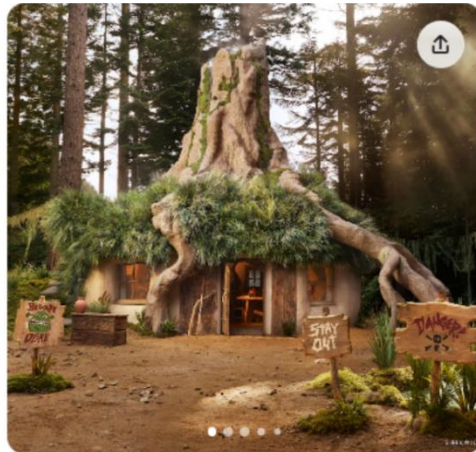
Figura 1 – Número de hóspedes no Airbnb (2010-2016)



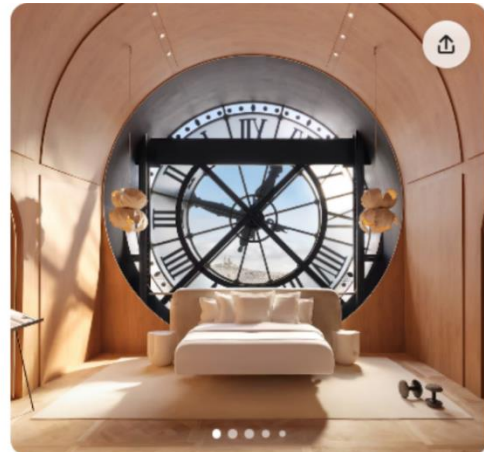
Fonte: Elaboração própria (2025) com base em MOLLA (2017); TEAM (2018), apud GUTTENTAG, (2019).

A empresa foi oficialmente lançada em 2008, com o nome de “*Airbed & Breakfast*”. No mesmo ano, foi criada uma plataforma personalizada de pagamentos, que em 2019 processou cerca de 70 bilhões de dólares em transações entre hóspedes e anfitriões, em mais de 40 moedas diferentes (AIRBNB, 2024). Foi apenas em 2009 que seu nome mudou para “Airbnb”, mesmo ano em que a plataforma passou a aceitar, além de quartos, espaços inteiros, como casas e apartamentos (AIRBNB, 2024).

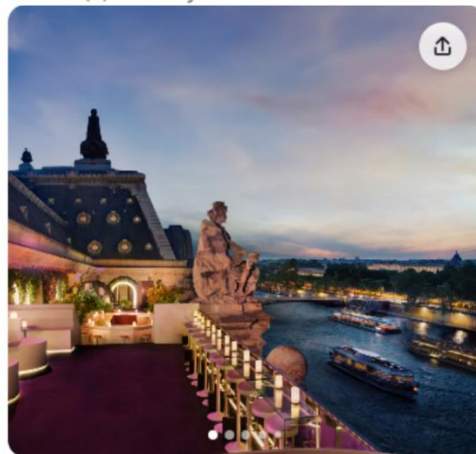
Em 2015, a plataforma se estabeleceu como provedora oficial de acomodações alternativas para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro e, posteriormente em 2019, firmou um contrato de nove anos com o Comitê Olímpico Internacional. No final de 2016, foi lançado o recurso “Experiências” – uma seleção de atividades especiais que envolvem os viajantes.

Figura 2 – Experiências no Airbnb

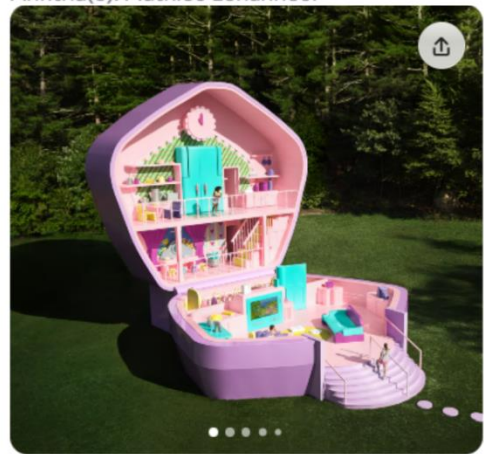
O Pântano do Shrek
Anfitriã(o): Donkey



Acorde no Museu d'Orsay
Anfitriã(o): Mathieu Lehanneur



Abertura dos Jogos Olímpicos no Museu d...
Anfitriã(o): Mathieu Lehanneur



Acampe no estojo da Polly Pocket
Anfitriã(o): Polly Pocket

Fonte: Airbnb (2024)

O conjunto de imagens acima mostra exemplos de diferentes experiências proporcionadas através da plataforma do Airbnb e incluem imersões em filmes e brinquedos, como em “O Pântano do Shrek” e “Acampe no estojo da Polly Pocket, e vivências diferenciadas em pontos e eventos turísticos como em “Acorde no Museu d’Orsay” e “Abertura dos Jogos Olímpicos no Museu d’Orsay”. A plataforma segue crescendo e criando novas atualizações e recursos, visando expandir as possibilidades e melhorar a experiência tanto para anfitriões quanto para os hóspedes.

Além disso, em setembro de 2018, foi inaugurado o Airbnb for Work, uma alternativa que facilita reservas para viagens a trabalho. Essa ferramenta permite que empresas se cadastrem e se vinculem ao Airbnb, para ter acesso a um painel de administração, que facilita e otimiza os processos de reserva, de gerenciamento das viagens da empresa e de geração de

relatórios. Além disso, as empresas cadastradas têm acesso a alertas de preço e grupos de pagamento para gerenciamento de despesas.

2.2 Impactos Socioeconômicos do Airbnb

A expansão do Airbnb ao longo dos últimos anos tem provocado efeitos significativos nas cidades onde está presente, sobretudo em termos de transformações socioespaciais (Tambelli, 2020, p. 16). Nesse contexto, a plataforma se revela como um fenômeno multifacetado, que traz benefícios socioeconômicos ao mesmo tempo em que gera desafios e impactos negativos.

Dentre as principais contribuições citadas pelos entusiastas do Airbnb, podemos destacar a possibilidade de criação de nova fonte de renda para os proprietários de imóveis e a diversificação das ofertas no mercado de hospedagens: “(...) um anfitrião do Airbnb entra na plataforma porque espera ganhar dinheiro com locações. Os hóspedes, da mesma forma, frequentemente entram na plataforma porque estão procurando acomodações maiores, mais bem localizadas, menos artificiais ou mais baratas que hotéis” (SUNDARARAJAN, 2018, p. 72). Em contrapartida, vale destacar que essa solução para geração de renda pode ser entendida como uma resposta aos desafios estruturais do mercado de trabalho. Conforme observa Tambelli (2020, p. 28), essas plataformas se apresentam “como solução de composição de renda para a população, em um momento de redução da oferta de emprego e de rebaixamento das condições de trabalho, acompanhados de diminuição dos salários”. Assim, o Airbnb, ao mesmo tempo em que oferece uma alternativa de geração de renda, expõe as fragilidades de um mercado de trabalho repleto de desafios em termos de estabilidade e qualidade de emprego.

A expansão do Airbnb reflete a criação de uma nova fonte de renda para moradores, na medida em que utilizam a plataforma para alugar quartos, casas e apartamentos ociosos. Esse aumento na receita, mesmo que de maneira informal, pode proporcionar um melhor dinamismo econômico local. Segundo Nascimento (2018, p. 10), em um estudo sobre os impactos do Airbnb na cidade de Nova York, entre 2012 e 2013 mais de 400 mil pessoas visitaram a cidade a partir do Airbnb, movimentando US\$ 632 milhões, dos quais US\$ 105 milhões circularam em “bairros externos, que não costumam se beneficiar com a atividade turística na cidade”. Isso revela que, desde os primórdios do funcionamento da plataforma, o Airbnb já tem gerado impactos que ultrapassam os limites do turismo tradicional. Essa expansão pode gerar benefícios financeiros, por um lado, mas não deixa de apresentar efeitos negativos sobre a cidade e a população.

Um estudo promovido pelo próprio Airbnb (2024) mostra que, em Belém, a plataforma contribuiu para impulsionar o PIB municipal em R\$ 91 milhões, além de viabilizar 1.600 empregos. O governador do estado do Pará é entusiasta da parceria criada entre o governo e o Airbnb, às vésperas da COP-30, que será sediada na cidade, e declarou: “O crescimento do Airbnb no Pará mostra que cada vez mais os turistas estão descobrindo o nosso estado. Isto permite que possamos desenvolver esta nova vocação econômica, criando oportunidades de emprego e renda para a população do nosso estado” (AIRBNB, 2024). A plataforma pode contribuir para fortalecer os setores de turismo e serviço, ao impulsionar a economia local:

Em 2023, em média, para cada R\$ 100 gastos em reservas pelo Airbnb no Brasil, os hóspedes desembolsaram R\$ 522 em outros estabelecimentos durante suas viagens. No mesmo ano, o gasto médio por hóspede, excluindo despesas com aluguel, foi de R\$ 2.100, com 45% desse valor permanecendo nas comunidades onde estavam hospedados (AIRBNB, 2024).

Um outro relatório, publicado pela Oxford Economics (2022, apud AIRBNB, 2023), mostrou que para cada 10 dólares gastos em acomodações, são desembolsados 51 dólares adicionais em bens e serviços que vão além do turismo, como restaurantes, entretenimento, lojas e transporte. Os gastos de hóspedes do Airbnb em 2022 contribuíram diretamente com US\$ 2,4 bilhões para o PIB, 115 mil empregos e US\$ 1,4 bilhões em remunerações, salários e outros rendimentos (AIRBNB, 2023).

Por outro lado, o Airbnb também traz desafios, especialmente para o contexto urbano. Um dos principais impactos gerados pela plataforma afeta diretamente o mercado imobiliário, que sofre com a elevação do preço de imóveis, o que pode pressionar a população. “Além de perturbar a vida cotidiana dos moradores locais, o Airbnb também pode impactar os mercados habitacionais locais ao reduzir a oferta e aumentar os preços, o que é uma questão importante em muitas das disputas regulatórias da empresa³” (GUTTENTAG, 2019, tradução nossa). Nesse sentido, um turista, ao visitar uma cidade, dispõe de diversas opções de alojamento, enquanto uma pessoa que procura por moradia enfrenta um mercado cada vez mais restrito, mais caro e mais limitado (Tambelli, 2020, p. 65).

Um dos grandes efeitos da valorização imobiliária é a gentrificação, que acaba por forçar o deslocamento dos residentes para áreas menos valorizadas e com menores custos. Guttentag (2019) mostra que a receita gerada pelo Airbnb é maior em regiões mais ricas, enquanto as áreas periféricas são mais propensas a sofrerem gentrificação. Isso se dá pela preferência dos

³ “In addition to disrupting the daily life of locals, Airbnb also may impact local housing markets by reducing supply and raising prices, which is an important issue in many of Airbnb's regulatory battles.” (GUTTENTAG, 2019)

proprietários de imóveis em fornecer locação temporária, atraindo turistas e visitantes por um curto período de tempo, em detrimento de fornecer aluguéis de longo prazo e moradia permanente. “O *Airbnb* pode influenciar de maneiras distintas diversos aspectos de uma cidade, como nível de preços de aluguéis de longo prazo, o nível ou a intensidade do turismo, receitas de hotéis concorrentes, além de efeitos indiretos, como maior consumo local” (NASCIMENTO, 2018, p. 9). Segundo Santos (2018, p. 35), a gentrificação pode, ainda, ser considerada como força transformadora do espaço ao responder às expectativas de realização de lucros do setor imobiliário. Vale ressaltar que o Airbnb, mesmo sem manter ou produzir aquilo que comercializa, isto é, imóveis, interfere diretamente na sua produção (Tambelli, 2020, p. 33), podendo influenciar, inclusive, no tipo de construção imobiliária futura dos bairros (Tambelli, 2020, p. 79).

Para além dos impactos econômicos, a presença do Airbnb gera efeitos e mudanças sociais nas comunidades. A presença crescente de turistas altera a dinâmica dos bairros e afeta o cotidiano dos moradores locais (GUTTENTAG, 2019). Isso pode incluir modificações nas interações sociais, com um maior fluxo de não residentes e uma adaptação forçada dos comércios locais para atender a uma maior clientela temporária, alterando as funções do espaço. Além disso, podemos ressaltar a sobrecarga da infraestrutura local, como o transporte e o saneamento.

O aumento dos aluguéis pelo aplicativo significa um maior número de turistas interagindo e se hospedando nesta área. Consequentemente, comércios, atividades e preços mudam, visando o atendimento da atividade turística. Em países com o câmbio desvalorizado (...) o impacto pode ser ainda maior. A presença do estrangeiro portador de moeda forte pode inflacionar os custos dos produtos e serviços da área (TAMBELLI, 2020, p. 67).

Segundo Smith (2007, apud Tambelli, 2020, p. 68), esse fenômeno pode ser comparado analogamente ao processo de gentrificação, uma vez que os moradores são expulsos de seus bairros, por não terem mais condições financeiras para se sustentar no local, procurando novos espaços na cidade. Esses novos locais podem ser distantes e muitas vezes desprovidos de serviços e infraestrutura pública, que são essenciais para uma boa qualidade de vida na cidade.

Com isso, os moradores originários desses bairros acabam ficando sem opção de aluguel de longo prazo ou sem condições de arcar com os novos e altos preços do bairro. Os serviços e o comércio se voltam para o atendimento de uma atividade que não é praticada pela população local, impossibilitando o consumo dessa população, uma vez que o preço sobe demasiadamente (TAMBELLI, 2020, p. 68).

Os impactos do Airbnb ultrapassam as mudanças no contexto do mercado de hospedagens, o que revela a influência significativa que exerce sobre o urbano e sobre o social das cidades. Embora a plataforma possa promover oportunidades econômicas, ao possibilitar a

criação de renda complementar para anfitriões e a descentralização do turismo, por outro lado acaba por intensificar desigualdades, sobretudo ao influenciar os preços de imóveis e fomentar processos de gentrificação.

Para mais, os efeitos sociais da presença crescente de turistas em áreas residenciais demonstram como o Airbnb altera as dinâmicas locais, desde o comércio até as interações nas comunidades. As transformações observadas por diferentes autores sugerem que a atuação da plataforma deve ser analisada de forma crítica, considerando para além dos impactos positivos, as externalidades negativas que ela pode gerar.

Assim, o Airbnb se apresenta como um agente complexo e contraditório no cenário urbano contemporâneo. A plataforma é uma ferramenta de inovação econômica, ao mesmo tempo em que é uma força que agrava e reproduz tensões e desafios urbanos. Essa discussão reforça a necessidade de políticas públicas que busquem equilibrar o desenvolvimento econômico com a proteção dos direitos dos moradores e a sustentabilidade urbana.

CAPÍTULO 3 – O AIRBNB NA GEOGRAFIA DO TURISMO URBANO

O último capítulo deste trabalho propõe uma discussão sobre a interação entre o turismo urbano e o Airbnb em São Paulo. Enquanto prática social e econômica, o turismo reflete transformações do território e age como um significativo vetor de produção e reprodução do espaço urbano. É nesse contexto que plataformas de economia compartilhada, como o Airbnb, se inserem na lógica da atividade turística, transformando sua dinâmica, ao oferecer novas formas de hospedagem e impactando o processo de produção do espaço. Assim, este capítulo buscar entender como esses processos se manifestam na metrópole paulista, São Paulo.

A discussão será feita a partir de três eixos principais: a relação entre turismo e produção do espaço, o Airbnb como condutor de mudanças no mercado de hospedagem e as tendências e desafios associados à expansão do mercado de aluguéis de curto prazo. A cidade de São Paulo será abordada como exemplo representativo de como a interação entre o turismo e o mercado imobiliário produzem novas centralidades e reproduzem desigualdades socioespaciais.

Com isso, serão explorados, além de números e tendências da plataforma na cidade, as implicações econômicas, culturais e sociais de sua expansão. A economia compartilhada se revela um instrumento de manutenção da acumulação de capital, levantando desafios que tangenciam a regulação, a moradia e o uso do solo urbano.

3.1 A Relação entre Turismo e Produção do Espaço

O turismo é uma atividade econômica emblemática na modernidade e está intimamente atrelado aos processos de produção e consumo do espaço. Enquanto prática social, reflete transformações históricas e geográficas do território. Dentro da dinâmica capitalista, o turismo se apropria do espaço para fins de lazer, descanso e exploração econômica, satisfazendo a lógica do mercado e transformando paisagens, lugares e culturas em mercadorias a serem consumidas. A produção do espaço turístico é fundada na⁷ lógica da acumulação de capital, que redefine dimensões materiais e imateriais do território.

Nesse sentido, a relação entre turismo e espaço é multifacetada e envolve deslocamento, consumo e construção. Isso significa que, no contexto capitalista, o espaço não é apenas um local de uso e convivência, mas uma mercadoria estratégica que atende às demandas de um mercado em expansão. Nesse processo, o turismo atua como vetor de transformação, reestruturando o espaço, alterando sua configuração, além de impactar diretamente o cotidiano das comunidades locais e, muitas vezes, fortalecer desigualdades socioespaciais.

Assim, o turismo exerce um papel central na produção do espaço urbano, consolidando novas dinâmicas sociais, econômicas e culturais. Nesta parte da pesquisa, serão descritos os desdobramentos dessa relação, considerando aspectos como tempo livre, ócio e a mercantilização do espaço turístico. Serão destacadas, também, as contradições e os desafios que envolvem o fenômeno do turismo no contexto contemporâneo.

3.1.1 Tempo livre, ócio e turismo

O conceito de *tempo livre* foi historicamente moldado por relações de produção e divisão de classes e é constantemente apropriado pelas dinâmicas do capitalismo. Por mais que seja frequentemente usado em associação a momentos de liberdade individual, o tempo livre não é tão livre quanto aparenta ser (Rodrigues, 2018). O ócio, que foi conquistado pelo trabalhador ao longo de sua luta histórica, foi, ao mesmo tempo, “sucumbido ao controle e aos interesses do capital (...)” (RODRIGUES, 2018, p. 143). Como aponta Bernardo (2005, p. 4, apud Rodrigues, 2018, p. 220), “muito mais fundamentalmente do que uma apropriação de bens, a exploração capitalista é um controle exercido sobre o tempo”. Nesse contexto, o trabalhador não controla sequer o seu próprio tempo, enquanto seu patrão domina não apenas sua força de trabalho, mas também seu tempo de vida.

Dentro do contexto capitalista, o tempo livre é regulado e condicionado por normas e estruturas. As férias, os finais de semana, os intervalos de descanso, todo o tempo livre é pré-determinado por convenções trabalhistas e legislações, como a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Um exemplo é o “banco de horas”, que corresponde a uma compra compulsória de tempo livre pelo trabalhador (Rodrigues, 2018, p. 226). As horas extras trabalhadas não são livremente convertidas em férias, mas dependem, primeiramente, dos interesses do patrão (Rodrigues, 2018, p. 227). Isso significa que o tempo livre – que deveria ser um direito – pode ser adquirido pelo trabalhador, mas apenas sob condições específicas, sempre subordinado aos interesses de seu empregador.

Além disso, o tempo para o ócio é diretamente vinculado ao cumprimento das jornadas de trabalho. “Se tudo é mercadoria, inclusive o trabalhador, o tempo, dito livre (...), para esse trabalhador é mercadoria adquirida, (...), após uma jornada de trabalho diária, semanal e anual, ou seja, finais de semana e férias só são alcançadas após cumpridas um determinado número de jornadas” (RODRIGUES, 2018, p. 225). O tempo livre não existe sem o cumprimento dessas jornadas e por isso, na prática, é uma mercadoria comprada pelo trabalhador – e vendida pelo

seu patrão. “Por isso, o trabalhador desempregado não tem direito a tempo livre, justamente por ele não ter cumprido os pressupostos para sua aquisição” (RODRIGUES, 2018, p. 225-226).

Vale ressaltar, também, o aspecto da transformação do tempo livre em tempo de consumo. “Não há ócio no modo de produção capitalista. (...) Há, sempre, negócio, negação do ócio. (...) Mas o capitalismo não é só a negação do ócio. Neste modo de produção, inexoravelmente, não há tempo que seja verdadeiramente livre” (RODRIGUES, 2018, p. 225). Assim, o tempo livre não é sinônimo de liberdade plena, mas se configura em um momento voltado à recomposição da força de trabalho. Isso significa que, pela lógica do capital, o descanso e o lazer são transformados em elementos funcionais e essenciais para a manutenção das condições de produção. Como aponta Marx (2017, p. 597, apud Rodrigues, 2018, p. 228), “(...) na sociedade capitalista, produz-se tempo livre de uma classe transformando todo o tempo de vida das massas em tempo de trabalho”.

Além de recompor a força de trabalho, o tempo livre é moldado para ser convertido em tempo de consumo, o que reforça a própria lógica do capital (Rodrigues, 2018, p. 238). Nesse sentido, o tempo de não-trabalho é, muitas vezes, direcionado às compras de diferentes bens e serviços, contribuindo diretamente para a manutenção do ciclo produtivo. Nesse contexto, o turismo, enquanto uma prática social que emerge do tempo livre, é caracterizado pela valorização do tempo de não-trabalho e está também associado a essa dinâmica do mercado. Turismo é “uma prática social, que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo” (CRUZ, 2003, p. 5). Ao mesmo tempo, é “uma atividade produtiva moderna, reproduz a organização desigual e combinada dos territórios capitalistas” (CORIOLANO, 2006, p. 368).

Mesmo que por um lado, o turismo possa proporcionar experiências de lazer, por outro, acaba operando como um mecanismo de mercantilização do espaço, se entrelaçando com a lógica do consumo capitalista. O turismo é produto da sociedade moderna, capitalista e industrial. Nesse sentido, pode ser visto como um vetor de transformação, mudando a lógica da produção e a lógica de consumo do espaço.

3.1.2 A produção do espaço turístico

A produção do espaço é um processo dinâmico, contínuo e que reflete relações socioeconômicas de diferentes períodos da história. Para Lefebvre, toda sociedade produz um espaço, dependendo do seu modo de produção. Nesse sentido, o espaço não deve ser compreendido como algo estático, mas como elemento que está intrinsecamente associado à

reprodução das relações sociais. O espaço precisa ser entendido como processo, produto e produtor das relações sociais, além de lugar da reprodução das relações de produção (Costa, 2011, p. 3). Além disso, a produção do espaço se dá no cotidiano, através das ações dos sujeitos sociais (Costa, 2011, p. 4), que contribuem continuamente para sua transformação. “O capitalismo se apropria do espaço existente e tende a criar seu próprio espaço” (OSEKI, 1996, p. 114, apud COSTA, 2011, p. 6). Vale lembrar que a característica intrínseca da espacialidade, dentro do modo de produção capitalista, é a produção e a reprodução inseridos em um contexto de desenvolvimento geograficamente desigual (Soja, 1993, p. 65, apud Costa, 2011, p. 6).

Nessa dinâmica de produção, o espaço se reestrutura e novas atividades passam a ser destinadas a espaços que são previamente selecionados. O espaço é planejado de forma a cada vez mais ser capaz de ampliar a acumulação capitalista (Costa, 2011, p. 8). Além disso, os processos de produção e reprodução do espaço ocorrem ininterruptamente e apresentam características específicas de acordo com o momento da história. Esses processos acontecem em três níveis: “o político que produz o espaço de dominação (...); o econômico que produz o espaço como condição e meio da realização da acumulação e, finalmente, o social, isto é, a realização da vida cotidiana enquanto prática socioespacial” (CARLOS, 2002).

O sentido do espaço tem se transformado. “(...) Suas particularidades agora assumem o papel da mercadoria passível de ser vendida num novo e lucrativo mercado: o mercado do turismo” (CARLOS, 2002). A relação entre turismo e produção do espaço tem, portanto, se intensificado.

(...) o tempo de não-trabalho é ele próprio invadido pela realização da mercadoria - espaço. O turismo revela, assim, a mudança da relação espaço – tempo no mundo moderno, realizando o espaço enquanto mercadoria ao mesmo tempo em que submete o tempo do lazer ao mundo da mercadoria (CARLOS, 2002).

Assim, entende-se que o turismo representa uma importante conquista de uma parcela do espaço que se transforma em mercadoria. Com isso, a mercadoria-espaço, ou o espaço-mercadoria, entra no circuito capitalista de troca e se torna uma nova rentável atividade produtiva (Carlos, 2002).

Segundo a Organização Mundial de Turismo (apud Costa, 2011, p. 11), turismo é uma forma de deslocamento espacial, a partir de algum meio de transporte, com ao menos um pernoite no destino final. As motivações para esse deslocamento podem ser lazer, negócio, congressos, saúde, entre outros, e é essa motivação que define a segmentação do turismo – religioso, de eventos, de negócios etc (Costa, 2011, p. 11). Para a OMT (apud Costa, 2011, p. 11), turismo e viagem são a mesma coisa.

Sob outra perspectiva, no entanto, Cruz (2003, p. 5) define turismo como “(...) uma prática social, que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo”. Trata-se da “única prática social que consome elementarmente o espaço” (CRUZ, 2003, p. 5). Nesse contexto, o turismo se enquadra na lógica de apropriação do espaço pelo capital e sua transformação em mercadoria.

Castilho (2006, p. 67, apud Costa, 2011, p. 16) mostra que o turismo, cada vez mais, vem se tornando fenômeno importante na vida das pessoas e tem sido usado como instrumento de poder ligado à manutenção da lógica da acumulação de capital. É dentro dessa complexidade do momento histórico atual, movido pelas dinâmicas capitalistas, que “(...) o turismo se realiza como prática social, como parte da reprodução ampliada do capital, como elemento de produção e consumo do espaço” (COSTA, 2011, p. 14).

O espaço turístico é, também, uma construção cultural que, ao ser produzido, aprofunda as segregações sociais e espaciais (Carlos, 2002). O conceito de lugar turístico se refere a lugares já apropriados pelo turismo, bem como a lugares considerados potencialmente turísticos. A porção do espaço geográfico cuja produção é dominada por atividades turísticas, em detrimento de outras atividades, corresponde ao lugar turístico já apropriado pelo turismo (Cruz, 2003, p. 7).

Por ser uma construção cultural, os lugares que são atrativos hoje, provavelmente não eram no passado e não serão no futuro (Cruz, 2003, p. 8-9). Os lugares e as paisagens são, pois, moldados de forma a atender às expectativas dos turistas, que muitas vezes seguem padrões que são disseminados pela mídia, resultando na padronização de gostos e na consolidação das práticas de consumo.

(...) As paisagens turísticas não existem a priori, como um dado da natureza. Elas são uma invenção cultural. Algumas paisagens são mais valorizadas pelo turismo hoje que outras. As paisagens consideradas mais atrativas pelo turismo na atualidade são criações culturais que têm muito a ver com o papel da mídia na homogeneização de gostos e na disseminação de padrões de consumo homogeneizados (CRUZ, 2003, p. 10).

Nesse contexto, o turismo, ao incorporar lugares na lógica da competitividade global, altera o espaço em todas as suas três dimensões: o concebido, o percebido e o vivido (Costa, 2011, p. 15-16). Essas três dimensões são definidas por Lefebvre (apud Costa, 2011, p. 7):

(...) O espaço percebido (*L'espace perçu*) é o espaço empírico, material, que remete a experiência direta, prático-sensível. O espaço concebido (*L'espace conçu*) refere-se às representações do espaço, ao espaço planejado (da tecnocracia, dos urbanistas, por exemplo). É o espaço preparado e que no seio do modo de produção capitalista serve, na maioria das vezes, a acumulação.

Assim, compreende-se que a produção do espaço não se processa apenas no econômico, mas na relação entre essas três dimensões:

É nesse cenário que o turismo figura com destaque na produção do espaço. Um novo espaço concebido pelos planejadores é produzido para o funcionamento pleno da atividade, requerendo obras, construções e artificialização da paisagem, materializando um novo espaço percebido que, junto com as novas lógicas inseridas nesses espaços, culminam em alterações no vivido. Permeando estas três dimensões propostas por Lefebvre, o turismo age na produção do espaço de forma ímpar e tem merecido cada vez mais atenção por parte dos geógrafos (COSTA, 2011, p. 17).

Além disso, Costa (2011, p. 14) argumenta que o turismo age intensamente na produção do espaço, mobilizando diferentes agentes como o Estado e as empresas privadas. Os resultados econômicos que proporciona, fazem com que o turismo mova ações que transformam o espaço para que tenha condições favoráveis à sua prática. Os lugares de lazer “constituem objeto de especulações gigantescas, mal controladas e frequentemente auxiliadas pelo Estado (construtor de estradas e comunicações, aval direto ou indireto das operações financeiras, etc)” (LEFEBVRE, 1997, p. 247, apud COSTA, 2011, p. 10). Conforme Carlos (2002) argumenta, essa produção do espaço turístico é capaz de descaracterizar o espaço da vida cotidiana, ao espetacularizar cultura, hábitos e costumes locais.

Assim, o turismo age sobre dois pólos indissociáveis: como elemento produtor do espaço produz um novo sentido para os lugares – aquele dado pelo sentido da mercadoria – e de outro como elemento que entra na vida cotidiana porque transforma a prática socioespacial impondo-se enquanto nova relação espaço-tempo (cooptando o tempo de lazer e as possibilidades do uso dos lugares ao universo da mercadoria) (CARLOS, 2002).

O turismo está, pois, intimamente ligado ao consumo do espaço e representa o movimento de procura por novos lugares e culturas a serem consumidos (Costa, 2011, p. 14). As atividades turísticas e demais atividades de lazer consomem paisagens e lugares – “estas têm o próprio espaço como elemento de consumo direto” (COSTA, 2011, p. 9).

3.2 O Turismo e o Airbnb em São Paulo

O turismo na cidade de São Paulo é fortemente marcado pelo segmento de negócios. Não por acaso a cidade é, segundo Cruz (2005, p. 4, apud Braz, 2008, p. 7), nacionalmente conhecida como “capital do trabalho”. Essa característica reflete seu papel como centro estratégico que molda as dinâmicas urbanas e espaço onde, de acordo com Braz (2008, p. 7), o turismo se coloca como uma das principais atividades que impactam os processos de produção e de reprodução do espaço. Eventos como o Carnaval, o Grande Prêmio Fórmula 1, a Mostra Internacional de Cinema e a Semana Internacional da Moda são exemplos que mostram a

relevância de São Paulo no cenário cultural e econômico, como cidade que atrai turistas nacionais e internacionais (Braz, 2008, p. 7).

Figura 3 – *Banner da 48ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo*



Fonte: 48ª Mostra Internacional de Cinema. Disponível em: <https://48.mostra.org/>. Acesso em: 26 de jan. de 2025.

O turismo de negócios é particularmente expressivo na cidade. Segundo Braz (2008, p. 8-9), já no ano 2000, as feiras de negócios movimentaram cerca 2,6 bilhões de reais, representando 60% da ocupação da rede hoteleira em São Paulo. Em 2002, segundo o autor, essas feiras atraíram mais de 4,2 milhões de visitantes para a cidade. “Esses números só cresceram ao decorrer dos anos, exigindo (...) ‘preparar a cidade’ para a ampliação dos negócios e ainda atender bem aos visitantes, requerendo do poder público uma governança urbana que dê suporte a isso (...)” (BRAZ, 2008 p. 8-9). Nesse sentido, a preparação do espaço urbano revela certa articulação entre poder público e agentes de mercado. No contexto do turismo de negócios,

(...) muitos visitantes se entregam ao consumo e à descoberta da cidade, usufruindo o entretenimento e do lazer que estas oferecem. Pensando no retorno econômico que isso vem a trazer, os agentes de mercado e poderes públicos, conjuntamente, produzem “cenários” via prática urbanística, legitimados pelo discurso de uma “cidade global”, de forte apelo simbólico, que remete à atração de investimentos de todos os tipos, conformando o espaço urbano da cidade (BRAZ, 2008, p. 23).

Para além da diversidade cultural, o discurso de “cidade global” ganha força pela representatividade de São Paulo em *rankings* internacionais de eventos. Em 2023, por exemplo, segundo a Embratur (2023), o Brasil ficou em 25º lugar no ranking do *International Congress*

*and Convention Association*⁴ (ICCA). Em 2022, seis cidades brasileiras apareceram no *ranking*, com Rio de Janeiro na liderança e São Paulo em segundo lugar, sediando 27 eventos internacionais. Com esse resultado, o Instituto Brasileiro de Turismo objetiva posicionar ainda mais o país no seguimento MICE – *meetings, incentive, conferences and exhibitions*⁵.

Esses números acompanham o crescimento expressivo do turismo no país. O 1º trimestre de 2024 registrou a maior receita histórica com turismo internacional no Brasil, segundo a Embratur (2024). Foram 2,06 bilhões de dólares deixados no país nesse período. Acompanhando o crescimento nacional, o turismo em São Paulo bateu recordes e cresceu 15% em setembro do mesmo ano, com quase 180 mil estrangeiros visitando o estado (Embratur, 2024).

O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2024-2027, lançado recentemente pelo Ministério do Turismo, tem como objetivo tornar o Brasil o principal destino turístico da América do Sul. O plano estabelece a meta de alcançar 8,1 milhões de turistas estrangeiros por ano, além de gerar US\$ 8,1 bilhões em receitas dos gastos desse público. Diante do cenário atual, a expectativa é superar a marca de 10 milhões de visitantes internacionais no período (EMBRATUR, 2024).

Com base no exposto até aqui, podemos entender que o recente Plano Nacional de Turismo tem uma orientação econômica que prioriza captação de receitas e investimentos, em detrimento de um planejamento e ordenamento do território, que considere a lógica de uso do espaço histórica e socialmente produzida.

Essa visão econômica e estratégica se manifesta no turismo da cidade. Conforme Braz (2008, p. 135) argumenta, São Paulo é caracterizada pela produção de espaços focados em grupos homogêneos e de maior poder de consumo. A metrópole, segundo Carlos, Volochko e Alvarez (2018, p. 7), é um momento necessário da acumulação de capital. A cidade e o urbano assumem um novo papel na contemporaneidade: reproduzir diretamente o capital por meio da produção do espaço urbano. Assim, podemos entender o espaço como capital produtivo e a urbanização como força produtiva.

A metrópole, do ponto de vista do capital, é, portanto, o espaço de acumulação, produto e condição geral da produção, além de instrumento político ligado ao Estado, o qual transforma as condições gerais necessárias ao desenvolvimento do capital a fim de superar as contradições emergentes no seio do processo de reprodução ampliada e controlar sua expansão, já que domina a reprodução social. Nesse sentido, considera-se que a produção do espaço é também a reprodução das relações de produção (CARLOS, 2018, p. 49).

⁴ Associação Internacional de Congressos e Convenções (tradução nossa).

⁵ Reuniões, incentivos, conferências e exposições (tradução nossa).

Enquanto isso, no processo de produção do espaço urbano de São Paulo, em sua representação como “cidade global”, é consolidada a expansão do segmento de alojamentos, que, segundo Braz (2008, p. 92), “tem seguido o movimento espacial da formação de novas centralidades (econômicas)”. A expansão do Airbnb em São Paulo, como veremos adiante, reflete esse processo, ao ampliar as opções de hospedagem para um público diversificado, ao mesmo tempo em que intensifica as transformações na dinâmica espacial da cidade.

O turismo em São Paulo é, pois, uma atividade que ultrapassa a sua função econômica, porque opera como ferramenta simbólica e ideológica, que contribui para vender a cidade no mercado mundial de lugares. Em 2007, por exemplo, a revista *Travel+Leisure*⁶ (apud Braz, 2008, p. 20) afirmou que a cidade de São Paulo estava mais próxima de ser a capital mundial do que a capital da América Latina, devido à “polinização cruzada⁷” de culturas e modos de vida. Assim, a construção dessa identidade, que combina diversidade cultural e infraestrutura avançada, coloca São Paulo como polo atrativo para grandes investimentos.

Inúmeras pesquisas divulgadas por órgãos públicos, instituições privadas e centros de pesquisa destacam a relevância de São Paulo no contexto nacional quanto à realização de grandes eventos/feiras de negócios, mostrando que a cidade é um pólo atrativo para investimentos de todas as ordens. Isto cria um forte discurso ideológico sobre a cidade, uma *representação do espaço* que justifica a atração do capital, que por sua fluidez se desloca de um ponto ao outro buscando as melhores condições à sua reprodução (BRAZ, 2008, p. 31).

A ampliação de eventos e feiras de negócios, por sua vez, contribuem para a reprodução do capital e para a legitimação de São Paulo como um espaço globalizado:

É produzido um consenso de que a indústria deixa a cidade, que o terciário aqui se consolida e principalmente, reforçar a imagem de cidade global, com filiais de importantes bancos e empresas relevantes nas transações mundiais, com entretenimento diversificado, cosmopolita, trabalhando, eficientemente, o imaginário coletivo, vendendo a cidade para o mercado mundial e captando investimentos de todas as ordens, ampliando cada vez mais a necessidade das grandes eventos e feiras de negócios (o espetáculo em si) para garantir elevadas taxas de lucro. Uma sobre-determinação do econômico, ocultando uma sobre-determinação do Estado, que se dissolve em inúmeras instituições, mas que não deixa de coordenar o processo geral de reprodução do capital (BRAZ, 2008, p. 44-45).

É nesse contexto de crescente globalização e transformação do turismo que o Airbnb chega ao Brasil, em 2012, oferecendo serviço de hospedagem no modelo *peer-to-peer*. Ao longo dos últimos anos, a plataforma vem transformando o panorama do turismo, expandindo-se para além de centros urbanos e destinos turísticos tradicionais. Em São Paulo, cidade que, como vimos, é caracterizada por sua posição estratégica como capital de negócios, o Airbnb encontrou

⁶ Viagem+Lazer (tradução nossa)

⁷ Tradução nossa. No original: *cross-pollination*.

oportunidades de crescimento, ajustando-se às dinâmicas do mercado imobiliário e às demandas turísticas dessa grande metrópole.

No plano espacial, a reprodução do espaço da metrópole paulistana sinaliza o momento em que o capital financeiro se efetiva através da reprodução do espaço a partir da destruição de antigos bairros residenciais promovida pela passagem da aplicação do dinheiro do setor produtivo industrial para o setor imobiliário, associado ao conjunto das indústrias voltadas à construção civil (CARLOS, 2018, p. 54).

Nesse sentido, podemos entender que o setor imobiliário reproduz o espaço como mercadoria consumível, de forma que o setor financeiro encontra nessa reprodução do espaço urbano uma possibilidade de realizar investimento produtivo. Assim, “(...) o capital encontra na reprodução do espaço o lugar da possibilidade de resolver a crise de acumulação” (CARLOS, 2018, p. 55). Dessa forma, o espaço urbano oferece soluções momentâneas para superar as crises do capital, ao mesmo tempo em que reflete suas contradições.

O Airbnb apresenta notável relevância econômica na cidade. Em 2022, em São Paulo, os gastos de hóspedes do Airbnb (excluindo gastos com acomodação) totalizaram 662,3 milhões de dólares, apoiando diretamente 306,2 milhões de dólares do PIB e 8.400 empregos (Oxford Economics, 2022, apud Airbnb, 2023). Esses números refletem como a plataforma ultrapassa seu papel original de conectar anfitriões e hóspedes para se tornar um motor significativo da economia urbana, sobretudo em setores como alimentação, transporte e entretenimento.

Todavia, o padrão de distribuição das listagens dos imóveis do Airbnb em São Paulo revela certas particularidades. Segundo Tambelli (2020), em linhas gerais, existe uma relativa dispersão dos aluguéis, com concentração maior nos bairros centrais e com aspecto mais rarefeito nos bairros mais afastados. Até março de 2020, os 5 bairros com mais anúncios na plataforma eram: Pinheiros, Bela Vista, Consolação, Vila Mariana e Vila Olímpia (Tambelli, 2020, p. 71). Essa tendência corrobora para a conclusão de Tambelli (2020, p. 74) de que mesmo com certa dispersão, os imóveis que são mais frequentemente alugados se encontram nas áreas centrais (Tambelli, 2020, p. 74).

Além disso, na cidade, o mercado imobiliário é fortemente marcado pela verticalização, o que impacta diretamente nos padrões de oferta do Airbnb. A tendência de profissionalização dos anfitriões da plataforma explica a predominância de apartamentos nas listagens.

O alto índice de profissionalização pode também explicar a grande presença de apartamentos. Imóveis pequenos têm cada vez mais se tornado objetos de investimento, já que apresentam menores custos e maior facilidade de locação e gestão. As facilidades proporcionadas por fechaduras eletrônicas, portarias 24 horas e os menores custos de manutenção colocam os apartamentos em vantagem nessa modalidade (TAMBELLI, 2020, p. 88).

Esse fenômeno está diretamente associado aos movimentos de concentração imobiliária nos bairros mais valorizados da cidade.

A concentração imobiliária ainda se dá nos bairros da cidade mais valorizados, uma vez que a rentabilidade ligada à propriedade de fragmentos do espaço urbano bem localizados é maior, revelando não só uma concentração em quantidade, mas também em qualidade de acesso ao que há de melhor na infraestrutura urbana disponível (TAMBELLI, 2020, p. 89).

Essa crescente profissionalização no mercado do Airbnb é um forte indicador das transformações que ocorrem no mercado imobiliário – que constantemente adapta suas práticas em prol da maximização de retornos financeiros. Não só o mercado financeiro, mas o Estado também coopera para a produção de um espaço central na cidade, mais nobre e mais valorizado.

Vê-se assim que o Estado, através da Lei e do poder de polícia (expresso na mesma Lei), buscava normatizar o crescimento das cidades e a vida urbana, determinando padrões tanto para edificações como para conduta, expulsando da cidade (mas permitindo nos povoados) tudo o que era considerado perigoso, insalubre e incômodo para bairros residenciais mais nobres e centro urbano de São Paulo (ALVAREZ, 2018, p. 69).

Nesse sentido, os dados encontrados por Tambelli (2020, p. 80) mostram um modelo de gestão cada vez mais corporativo na plataforma. Até março de 2020, os 5 anfitriões com mais locais para alugar em São Paulo eram: Housi (201 locais), Will e Lu (77 locais), Fabi e Ale (54 locais), Matheus e Renato (52 locais) e Lu e Will (47 locais). O maior anunciante da plataforma é a empresa Housi, que é derivada da construtora Vitacon.

A dinâmica do Airbnb em São Paulo exemplifica como a plataforma se integra aos processos de produção e reprodução do espaço urbano, ao mesmo tempo em que reforça as desigualdades já presentes. Os dados mostram as tendências de concentração imobiliária e crescente verticalização na cidade. Assim, além de atender às demandas de hospedagem, o Airbnb atua como catalisador de mudanças estruturais na organização espacial da cidade.

3.2.1 O Airbnb em São Paulo em mapas e números

O mercado de locações de curto prazo em São Paulo apresenta uma dinâmica robusta e em constante crescimento. Uma matéria do Exame (2019) mostrou que, em 2018, foram mais de 356 mil hóspedes na cidade, um crescimento de 73% em relação ao ano anterior – número acima da média nacional. A notícia mostra que os dois maiores grupos de usuários na cidade são turistas de negócios e famílias viajantes.

Para uma visão mais atualizada, os dados que serão apresentados nesta seção foram retirados da plataforma AirDNA, que fornece dados e análises para a indústria de locações de curto prazo, e são referentes a dezembro de 2024.

A cidade de São Paulo registra um *Market Score*⁸ de 99 – um indicador de avalia o desempenho de uma região em relação a outras regiões do mesmo país. Essa pontuação, que varia de 0 até 100, considera fatores como demanda, crescimento de receita, sazonalidade e regulação. A alta pontuação do município reflete a maturidade, bem como a competitividade do mercado de locações de curto prazo na capital paulista.

A demanda por locações é alta, com uma pontuação de 73, o que mostra significativa frequência de aluguéis ao longo do ano. O crescimento da receita, no entanto, apresenta desempenho moderado, com pontuação de 54. Isso indica que os anfitriões em São Paulo têm obtido receitas ligeiramente superiores em comparação ao mesmo período do ano anterior. Além disso, a cidade registra uma pontuação de 92 em sazonalidade, o que indica consistência e baixa variação da demanda entre baixa e alta temporada.

O mercado de aluguéis de curto prazo em São Paulo registrou um crescimento de 35% no total de listagens nos últimos três anos, atingindo 28.930 imóveis ativos, dos quais 96% estão no Airbnb, 1% no Vrbo⁹ e 3% em ambas. A receita anual média por imóvel é de R\$ 47.600, com uma tarifa média diária de R\$ 312,45. Além disso, a taxa de ocupação é de 56%, refletindo um mercado com níveis sólidos de rentabilidade.

Em termos de características das propriedades, predominam imóveis com 1 quarto (83%), na categoria “espaço inteiro” (86%). Em contraste, quartos individuais representam 13%, enquanto quartos compartilhados representam 1%. A maior parte das listagens possui tempo mínimo de estadia de 1 noite (45%), seguido por 2 noites (31,9%), o que demonstra certa flexibilidade do mercado, atendendo diferentes perfis de viajantes.

Retomando a discussão sobre a profissionalização dos anfitriões, é evidente que, em São Paulo, são grandes empresas que lideram as listagens. Até dezembro de 2024, os maiores anfitriões são: Tabas, com 1.381 imóveis listados; 260 Suítes, com 1.036; Housi, com 741; B.Homy, com 607; e Charlie, com 487 listagens.

⁸ Pontuação de mercado (tradução nossa).

⁹ Plataforma de aluguéis por temporada, antigo AlugueTemporada (VRBO, 2025).

Tabas é uma *startup* brasileira que desenha e aluga apartamentos em São Paulo e no Rio de Janeiro e está há 5 anos hospedando no Airbnb. Nas ofertas disponíveis na plataforma, predominam apartamentos do tipo “estúdio”, em bairros como Jardins, Vila Buarque e Vila Olímpia. A administradora de apartamentos mobiliados, 360 Suítes, está há 2 anos na plataforma e já soma quase 7.500 avaliações no aplicativo. Predominam, também, apartamentos do tipo estúdio, em bairros como Pinheiros, Indianópolis e Jardim Paulista. Já a Housi, *startup* de moradias que já soma mais de 500 prédios no Brasil todo (Housi, 2025), administra edifícios inteiros, com apartamentos estúdios, perto da Avenida Paulista (Airbnb, 2025).

A B.Homy, por sua vez, se posiciona como “especialista na gestão profissional de imóveis para locação flexível” (Airbnb, 2025). Acompanhando a tendência, predominam ofertas de apartamentos do tipo estúdio, em bairros como Bela Vista, Butantã e Campo Belo. Por fim, Charlie é uma administradora de imóveis por demanda, que opera em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Os principais bairros em que oferta apartamentos, a maioria do tipo estúdio, são Oscar Freire, Pinheiros e Vila Madalena (Airbnb, 2025). Essa dinâmica de concentração de imóveis na administração de grandes gestores profissionais reflete um mercado que deixa de ser exclusivamente *peer-to-peer* para assumir um caráter cada vez mais corporativo.

3.3 Expansão da Oferta, Tendências e Desafios Futuros

A expansão da oferta de alojamentos do Airbnb pode estar associada ao que Tambelli (2020) chamou de “profissionalização dos anfitriões da plataforma”. Esse conceito diz respeito à concentração da propriedade imobiliária, isto é, um mesmo anfitrião possui mais de uma propriedade listada na plataforma. “É nessa passagem que o anfitrião idílico das comunicações da plataforma deixa de existir na realidade como apenas um usuário-locador ordinário para dar lugar aos médios e grandes proprietários e administradores de imóveis” (TAMBELLI, 2020, p. 56). Em sua análise, Tambelli (2020, p. 61) conclui que os anfitriões com mais anúncios disponíveis são empresas comerciais, o que reforça os dados encontrados no AirDNA (2024) apresentados anteriormente. De acordo com a autora, esse fenômeno se alastrou até o ponto em que prédios inteiros estão se transformando em imóveis para locação pela plataforma, como é o caso do Setin Downtown São Luís, da incorporadora Setin, no Anhangabaú, que lista inúmeros apartamentos na plataforma (Tambelli, 2020, p. 57). O prédio conta com apartamentos “estúdios” de 18 a 20 m².

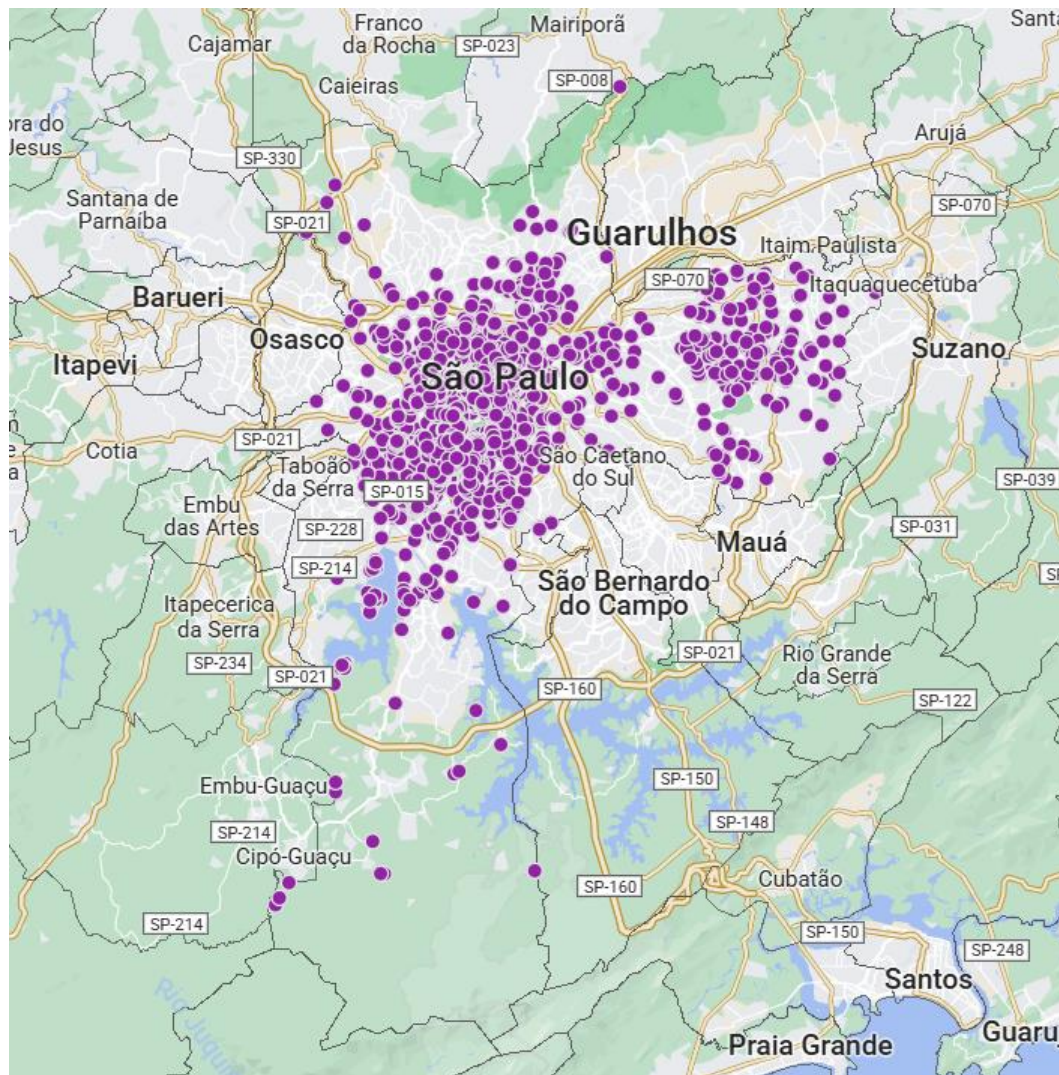
O aumento do número de imóveis de um único anfitrião nos revela, portanto, o nível cada vez maior de profissionalização que os anfitriões da plataforma vem assumindo, evidenciando o caráter infundado do argumento de que se trata necessariamente de um modelo de negócio que questiona o *status quo* e propõem um modelo inovador, disruptivo e revolucionário (TAMBELLI, 2020, p. 62).

O mercado de locação de curto prazo evidencia uma profissionalização crescente, com grandes empresas dominando a oferta. A Vitacon é um exemplo, que além de lançar empreendimentos com apartamentos compactos, gerencia as unidades por meio de uma plataforma própria – a já citada Housi. Segundo o Estadão (2020, apud Tambelli, 2020, p. 110), 80% dos compradores que procuram a Vitacon tem objetivo de colocar o imóvel para alugar para terceiros. Essa dinâmica destaca o Airbnb como um instrumento de aceleração dos negócios imobiliários, além de instrumento de fortalecimento da exploração da propriedade privada de fragmentos do espaço urbano.

Segundo Tambelli (2020, p. 109), estatísticas da Secovi-SP, de fevereiro de 2020, mostram a liderança de imóveis de até 45 m² de área útil. You, Paladin, Vitacon e TPA são as principais empresas de construção civil que lançaram empreendimentos em São Paulo focados nesse tipo de aluguel. A Paladin, por exemplo, é uma gestora de fundos de investimento imobiliário, com sede em Los Angeles, que lançou em parceria com a You, em 2018, um “edifício misto” – residencial e moradia temporária (estúdios até 30m²).

A expansão da oferta do Airbnb está associada à sua diferenciação na oferta, isto é, a plataforma cria condições de operar em locais nos quais normalmente não há hotéis (SUNDARARAJAN, 2018, p. 175). Em Manhattan, por exemplo, 5 a cada 6 imóveis anunciados na plataforma estão fora da região de Midtown Manhattan, onde se localizam 2 a cada 3 quartos de hotel. Em um estudo sobre o turismo em Paris, Freytag e Bauder (2018, apud Guttentag, 2019) concluíram que o Airbnb é responsável por dispersar os turistas na cidade e criar certa imersão nos bairros, introduzindo o turismo em áreas novas, para além das tradicionais “bolhas turísticas”. Esse é um padrão também observado em São Paulo, onde, apesar da concentração nas áreas centrais, observa-se que o Airbnb permite a inserção do turismo em bairros considerados não-turísticos.

Figura 5 – Distribuição das listagens em São Paulo



Fonte: AirDNA (2025)

Dentre os fatores que explicam a expansão desse modelo de hospedagem, podemos destacar que muitos usuários da plataforma buscam experiências que permitam que eles vivenciem a cidade de forma mais local, menos institucionalizada, o que também contribui para a escolha por áreas não tradicionais. “O Airbnb oferece uma proposta de valor alternativa centrada em economia de custos, comodidades domésticas e a possibilidade de uma experiência local mais autêntica¹⁰” (GUTTENTAG, 2019, tradução nossa). Vale ressaltar que os usuários do Airbnb não são homogêneos (Guttentag et al., 2018, apud Guttentag, 2019), mas, no geral, o motivador principal pela escolha do Airbnb é economizar custos (Paulauskaite et al., 2017, apud Guttentag, 2019). Apesar de certa introdução de “(...) acomodação turística em alguns bairros anteriormente residenciais¹¹” (GUTTENTAG, 2019, tradução nossa), o autor aponta que mesmo com a busca por experiência autênticas, as listagens do Airbnb tendem a se concentrar nos centros das cidades e nas proximidades de atrações turísticas, o que reforça a lógica de centralidade, característica do mercado imobiliário tradicional.

A análise da expansão do Airbnb e sua integração ao mercado imobiliário permitem a identificação de tendências significativas.

Nesse cenário, poderíamos dizer que os tipos de uso do Airbnb que acontecem na cidade de São Paulo, e se expande para outras cidades do país, agem como um dispositivo de aceleração dos negócios imobiliários, definindo tendências e impulsionando a produção imobiliária ao fortalecer uma frente de exploração da propriedade privada de fragmentos do espaço urbano (TAMBELLI, 2020, p. 112-113).

O impacto gerado pelo Airbnb está diretamente relacionado com seu potencial em certificar a marca – fator essencial para seu crescimento e consolidação em um mercado cada vez mais competitivo.

É importante reconhecer o importantíssimo papel que a certificação da marca e da plataforma continuam a ter na economia compartilhada contemporânea. Embora haja outras plataformas de hospedagem de curta duração (como o Airbnb) ou transporte urbano (como Lyft e Uber), o reconhecimento da marca dessas plataformas continua sendo um fator poderoso para seu crescimento (SUNDARARAJAN, 2018, p. 100).

Assim, é nesse cenário que o Airbnb emerge como catalisador de transformações no mercado imobiliário e turístico de São Paulo. A plataforma permite a criação de novas dinâmicas de ocupação do espaço, oferecendo oportunidades a grandes investidores e gestores. No entanto, mudanças profundas carregam grandes desafios. Percebe-se, assim, a necessidade de uma regulamentação que seja capaz de equilibrar os interesses dos anfitriões e dos hóspedes,

¹⁰ “Airbnb offers an alternative value proposition centered around cost-savings, household amenities and the potential for a more authentic local experience” (GUTTENTAG, 2019)

¹¹ “(...) tourism lodging into some previously residential neighborhoods” (GUTTENTAG, 2019)

mas que, sobretudo, seja capaz de garantir um desenvolvimento econômico sustentável e alinhado com as demandas das comunidades locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consolidação e expansão do Airbnb em São Paulo revela uma complexa cadeia de transformações urbanas no mundo contemporâneo. Inserida no modelo de economia compartilhada, a plataforma exhibe vantagens, como a diversificação das ofertas de hospedagem, a geração de renda extra para anfitriões e a movimentação da economia das cidades em que se localiza. Todavia, os desafios que se revelam a partir dessa dinâmica são muito significativos. A concentração imobiliária, a gentrificação e a pressão sobre o mercado de moradia são alguns exemplos representativos.

São Paulo, ao se posicionar como uma das principais cidades globais do Brasil, se torna lócus de intensos processos de produção e reprodução do espaço, tendo, no Airbnb, um forte catalisador de mudanças. Embora a plataforma possa ampliar oportunidades de acesso ao mercado turístico, a análise revelou a intensificação das desigualdades socioespaciais, ao reproduzir lógicas capitalistas – favorecendo o valor de troca em detrimento do valor de uso do espaço urbano.

É imprescindível, pois, o desenvolvimento de políticas públicas e de regulamentações que busquem equilibrar os benefícios econômicos gerados pela plataforma com os direitos dos moradores locais. Esta pesquisa reforça, assim, a importância de compreender o Airbnb como um agente transformador do espaço, para além de uma simples plataforma tecnológica. Sua atuação deve ser continuamente observada, analisada e regulada, objetivando a mitigação dos impactos negativos que gera.

REFERÊNCIAS

AIRBNB. Newsroom, 2024. Sobre Nós. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/about-us/>. Acesso em: 17 de nov. de 2024.

_____. Airbnb Newsroom, c2024. Brian Chesky. Disponível em: <https://news.airbnb.com/pt/about-us/leadership/brian-chesky/>. Acesso em: 28 out. 2024.

_____. Sobre Tabas. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/341887136>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. Sobre 360. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/476402691>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. Sobre Housi. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/425186383>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. Sobre B.Homy. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/19808532>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. Sobre Charlie. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/332292756>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. Sobre o Airbnb for Work. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/927>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

AIRDNA. Market Overview: São Paulo. Disponível em: <https://app.airdna.co/data/br/55088?tab=performance&lat=-23.682404&lng=-46.595749&zoom=10.01>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

_____. AirDNA, c2024. About. Disponível em: <https://www.airdna.co/about>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

ÀS vésperas da COP-30, atividade do Airbnb em Belém impulsiona PIB municipal em R\$ 91 milhões e viabiliza empregos. **Airbnb Newsroom**, 16 de dez. de 2024. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/as-vesperas-da-cop-30-atividade-do-airbnb-em-belem-impulsiona-pib-municipal-em-r-91-milhoes-e-viabiliza-empregos/>. Acesso em: 03 de jan. de 2025.

BOTSMAN, Rachel; CAPELIN, Lauren. Airbnb: Building a revolutionary travel company. **Saïd Business School Case**, University of Oxford: Oxford, UK, 2016.

BRAZ, Fábio César. **Eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço urbano da metrópole: estudo de caso do Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes**. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 145 p. 2008.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O Turismo e a Produção do Espaço. **Revista Geografia e Ensino**, Belo Horizonte, v. 8, n. 1, 2002, p. 47-56.

CARLOS, A. F. A.; VOLOCHKO, D.; ALVAREZ, I. P. (Org.). **A Cidade como Negócio**. 1. Ed. São Paulo: Editora Contexto, 2018.

CHARLIE. Dúvidas Frequentes (F.A.Q.). Charlie. Disponível em: <https://www.staycharlie.com.br/faq>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

CORIOLOANO, Luzia Neide. Turismo, prática social de apropriação e dominação de territórios. In: ARROYO, Mônica; SILVEIRA, Maria Laura. **América Latina: cidade, campo e turismo**. Buenos Aires: CLACSO, 2006. p. 367-378.

COSTA, Carlos Rerisson Rocha da. Turismo e produção do espaço: uma contribuição ao estudo da Geografia do Turismo. **Ciências Humanas em Revista** (UFMA), v. 8, 2011.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à Geografia do Turismo**. São Paulo: Editora Roca, 2003.

EINAV, L., FARRONATO, C. LEVIN, J. **Peer-to-Peer Markets**. Annual Review of Economics, v. 8, p. 615-635, 2016.

GASTOS de hóspedes totalizaram 5,2 bilhões de dólares no Brasil em 2022. **Airbnb Newsroom**, 1 de ago. de 2023. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/gastos-de-hospedes-totalizaram-52-bilhoes-de-dolares-no-brasil-em-2022/>. Acesso em: 03 de jan. de 2025.

GUTTENTAG, Daniel. *Progress on Airbnb: a literature review*. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, South Carolina, v. 10, n. 4, p. 814-844, jun./nov. 2019. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-08-2018-0075/full/html>. Acesso em: 09 out. 2024.

HOUSI. Quem Somos. Housi. Disponível em: https://lps.housi.com/quemsomos/?_gl=1*_exy64f*_gcl_au*MTAwNDM3NzU4NC4xNzM3OTM4NjUw. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

ICCA divulga ranking com Brasil em 25º e Embratur elabora ações para alavancar o país no segmento MICE. **Embratur**, 2023. Disponível em: <https://embratur.com.br/2023/05/23/icca-divulga-ranking-com-brasil-em-25o-e-embratur-elabora-acoes-para-alavancar-o-pais-no-segmento-mice/>. Acesso em: 26 de jan. de 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados – São Paulo**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/sao-paulo.html>. Acesso em: 14 de jan. de 2025.

NASCIMENTO, Juliana Lucena do. **Como uma inovação tecnológica afeta mercados preexistentes? Evidência do impacto da entrada do Airbnb nos mercados hoteleiro e imobiliário de Nova York**. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Católica de Brasília. Brasília, 39 p. 2018.

PRIMEIRO trimestre de 2024 registra maior receita da história com turismo internacional no Brasil. **Embratur**, 2024. Disponível em: <https://embratur.com.br/2024/05/07/primeiro-trimestre-de-2024-registra-maior-receita-da-historia-com-turismo-internacional-no-brasil/>. Acesso em: 26 de jan. de 2025.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. GeoSampa – Sistema de Informações Geográficas do Município de São Paulo. Disponível em: https://geosampa.prefeitura.sp.gov.br/PaginasPublicas/_SBC.aspx. Acesso em: 27 de jan. 2025.

RODRIGUES, Gilberto de Oliveira. **Facismo e turismo: reflexões sobre a relação entre turismo sindical e colônia de férias.** Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 298. 2018.

SALOMÃO, Karin. Airbnb faz sucesso em São Paulo – e não só para viagens a trabalho. **Exame**, 2 de fev. de 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/airbnb-faz-sucesso-em-sao-paulo-e-nao-so-para-viagens-a-trabalho/>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

SUNDARARAJAN, Arun. Economia Compartilhada: o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidão. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.

TABAS. Sobre Nós. Tabas by Blueground. Disponível em: https://tabas.com.br/sobre_nos. Acesso em: 27 de jan. de 2025.

TAMBELLI, Clarice Nassar Bramucci. **Aluga-se para temporada: o Airbnb e a cidade como negócio.** Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 144. 2020.

TURISMO internacional em São Paulo cresce 15% em setembro. **Embratur**, 2024. Disponível em: <https://embratur.com.br/2024/10/18/turismo-internacional-em-sao-paulo-cresce-15-em-setembro/>. Acesso em: 26 de jan. de 2025.

VRBO. Vrbo, c2022. Olá Vrbo. Disponível em: <https://www.vrbo.com/pt-br/l/ola-vrbo/>. Acesso em: 27 de jan. de 2025.