

Licença CC BY:

Artigo distribuído sob os termos Creative Commons, permite uso e distribuição irrestrita em qualquer meio desde que o autor credite a fonte original.



A HOSPEDAGEM COMPARTILHADA EM ARQUITETURAS ICÔNICAS: UMA ANÁLISE DO EDIFÍCIO COPAN EM SÃO PAULO, SP.

SHARED ACCOMMODATION IN ICONIC ARCHITECTURES: AN ANALYSIS OF THE COPAN BUILDING IN SÃO PAULO, SP.

ALOJAMIENTO COMPARTIDO EN ARQUITECTURAS ICÓNICAS: UN ANÁLISIS DEL EDIFICIO COPAN EN SÃO PAULO, SP.

ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCIAL¹

ALINE BRITTO FIALHO¹

CAROLINE CILIANE CERETTA¹

¹UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, SANTA MARIA, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

DATA DE SUBMISSÃO: 19/05/21 – **DATA DE ACEITE:** 11/07/21

RESUMO: A hospedagem compartilhada vem se configurando como uma nova alternativa aos usuários, principalmente por meio da plataforma Airbnb, no qual também é possível optar por hospedar-se em arquiteturas icônicas, como o Edifício Copan. O objetivo do estudo é analisar as percepções dos usuários que se hospedam no Copan através do Airbnb. Especificamente, busca-se compreender quais as suas motivações, avaliar se a atratividade está ligada à sua referência como marco da paisagem e investigar a oferta de hospedagem no Copan pelo Airbnb. A eleição do Copan como lócus de estudo ocorreu em razão deste se configurar como um marco na paisagem urbana de São Paulo, além de sua importância no contexto da arquitetura residencial modernista. O estudo de caráter exploratório-descritivo baseia-se em uma pesquisa bibliográfica e na análise de 3.587 comentários extraídos dos anúncios do Airbnb, analisados com o auxílio do software Iramuteq. Os resultados apontam que os aspectos mais presentes, tanto nos anúncios quanto nas avaliações, estão relacionados a experiências visuais proporcionadas pela arquitetura do Copan. Percebe-se, portanto, que há uma correlação entre o que é apresentado pelos anfitriões e o que é apontado nas avaliações pelos usuários.

PALAVRAS-CHAVE: Copan; Airbnb; comportamento do turista; hospedagem compartilhada.

Ana Júlia: Mestranda em Patrimônio Cultural, Graduanda em Gestão de Turismo e Bacharel em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: anajsocal@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5453-1358>.

Aline: Mestranda em Patrimônio Cultural, Especialista em Comunicação Midiática – Ênfase em Comunicação Midiática, Graduanda em Gestão de Turismo e Bacharel em Desenho Industrial – Programação Visual, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: fialho.aline@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5217-2072>.

Caroline: Professora adjunta do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil. Doutora em Extensão Rural - Universidade Federal de Santa Maria, Mestre em Turismo – Universidade de Caxias do Sul, Bacharel em Turismo - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS, Brasil. E-mail: carolineceretta@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5071-0321>.



ABSTRACT: Shared hosting is becoming a new alternative for users, mainly through the Airbnb platform, where it is also possible to stay in iconic architectures, such as the Copan Building. The aim of the study is to analyze the perceptions of users who stay at Copan through Airbnb. Specifically, it seeks to understand what are their motivations, to assess whether the attractiveness is linked to their reference as a landmark and to investigate the offer of accommodation at Copan by Airbnb. The election of Copan as the object of study occurred because it is considered a landmark in the urban landscape of São Paulo, in addition to its importance in the context of modernist residential architecture. The descriptive-exploratory study is based on a bibliographic search and on the analysis of 3,587 comments extracted from Airbnb ads, analyzed with the aid of the Iramuteq software. The results show that the most present aspects, both in the advertisements and in the evaluations, are related to the visuals provided by the architecture of Copan. It is noticed, therefore, that there is a correlation between what is presented by the hosts and what is pointed out in the evaluations by the users.

KEY-WORDS: Copan; Airbnb; tourist behavior; shared hosting.

RESUMEN: El hospedaje compartido se está convirtiendo en una nueva alternativa para los usuarios, principalmente a través de la plataforma Airbnb, donde también es posible optar por alojarse en arquitecturas icónicas, como el Edificio Copan. El objetivo del estudio es analizar las percepciones de los usuarios que se quedan en Copan a través de Airbnb. Específicamente, se busca entender cuáles son sus motivaciones, valorar si el atractivo está ligado a su referencia como hito del paisaje e investigar la oferta de alojamiento en Copan por Airbnb. La elección de Copán como lugar de estudio ocurrió porque se configura como un hito en el paisaje urbano de São Paulo, además de su importancia en el contexto de la arquitectura residencial modernista. El estudio descriptivo-exploratorio se basa en una búsqueda bibliográfica y en el análisis de 3.587 comentarios extraídos de anuncios de Airbnb, analizados con la ayuda del software Iramuteq. Los resultados muestran que los aspectos más presentes, tanto en los anuncios como en las evaluaciones, están relacionados con los visuales que brinda la arquitectura de Copan. Se advierte, por tanto, que existe una correlación entre lo presentado por los hosts y lo señalado en las evaluaciones por parte de los usuarios.

PALABRAS CLAVE: Copan; Airbnb; comportamiento turístico; hospedaje compartido.

INTRODUÇÃO

A economia compartilhada tem cada vez mais sido foco de discussões e gerado repercussões profundas no meio científico no que tange à área das Ciências Humanas, uma vez que se torna sinônimo de oportunidades para uma demanda potencial. É o caso da hospedagem compartilhada, que vai muito além de um quarto de hotel convencional e que proporcionou, na última década, o surgimento de um novo segmento de mercado mais diversificado e legitimado pela busca de novas experiências por parte dos viajantes.

O modelo de economia compartilhada aplicado à hospedagem rearranja as prioridades do fenômeno turístico e oferece uma expressiva diversificação de ofertas. "O hóspede pode escolher entre diversos tipos de acomodação, dos mais variados preços, e ainda pode contar com a proximidade de um anfitrião, caso queira" (Branco, 2019, p. 775), não se restringindo aos formatos clássicos da hotelaria e possibilitando experiências mais profundas e completas do destino a ser visitado.

O Airbnb consagra-se como um facilitador para materializar esta experiência, pois além de vender para o viajante uma oportunidade de hospedar-se em um espaço único, também

se torna um catalisador da relação entre o turista e a cidade, transformando-o em um ator importante do destino viajado, gerando memórias e aumentando o grau de percepção e de pertencimento com o local, podendo ter sua experiência comparada à de um nativo.

No contexto da hospedagem compartilhada, este estudo aborda um recorte específico, utilizando como objeto de estudo o icônico Edifício Copan e suas possibilidades de hospedagem através do Airbnb.

A escolha do Edifício Copan como lócus de estudo se deu por este ser um marco da paisagem de São Paulo, já inserido no imaginário de moradores e visitantes no âmbito das relações entre cidade, turismo e arquitetura. Boullón (2002) define marcos como “objetos, artefatos urbanos ou edifícios que, pela dimensão ou qualidade de sua forma, destacam-se do resto e atuam como pontos de referência exteriores ao observador” (p. 197). Nesse contexto, observa-se que o Edifício Copan já está consolidado como um dos principais símbolos da capital paulistana, sendo constantemente retratado em guias turísticos e nos cartões-postais da cidade. Também tem forte presença no âmbito das comunidades virtuais, representadas pelo Instagram, com maior capacidade de difusão e reações. Somado a isso, a grande disponibilidade de seus apartamentos em plataformas de hospedagem compartilhada possibilita a sua utilização como objeto para as análises pretendidas por este estudo.

Assim, tem-se como objetivo geral analisar as percepções dos usuários que se hospedam no Edifício Copan através da plataforma Airbnb. Como objetivos específicos, o estudo busca: (a) compreender quais foram as motivações dos usuários para a escolha do Copan; (b) avaliar se a atratividade está ligada à sua referência como marco da paisagem urbana de São Paulo; (c) investigar como acontece a oferta de hospedagem no Edifício Copan na capital Paulista pelo meio de hospedagem Airbnb, suas características e atributos físicos.

Com relação à metodologia, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório-descritivo. Quanto aos procedimentos metodológicos, caracteriza-se como um estudo de caso (Yin, 2001), com coleta de dados do tipo bibliográfica e documental. Com relação aos procedimentos analíticos, o estudo caracteriza-se como sendo descritivo, de modo que, a partir da investigação direta realizada através dos comentários presentes em 28 anúncios localizados no site Airbnb, estes foram manualmente selecionados e transcritos em um editor de texto. Os 3.587 comentários coletados foram analisados com o auxílio do software Iramuteq, que realizou a contagem de palavras. A partir disso, os termos foram agrupados por similaridade de significados e analisados também quanto à frequência em que aparecem nos comentários, com os resultados apresentados em forma de infográfico.

É importante compreender as motivações dos usuários que utilizam meios de hospedagem não-convencionais e que optam por edificações carregadas de significados vinculados à sua relevância no contexto em que estão inseridos, como é o caso do Edifício Copan. Compreender quais são os aspectos que influenciam a tomada de decisão pelos hóspedes do Copan contribui para entender como essas edificações icônicas são percebidas pelas pessoas e quais as principais características da demanda existente em relação aos novos meios de hospedagem como a hospedagem compartilhada.



O presente estudo está composto, além da introdução, por um referencial teórico, em que são abordados aspectos relacionados às temáticas da hospedagem compartilhada e motivação, além do Edifício Copan em si; pela metodologia, em que são detalhados os materiais e métodos utilizados; pelos resultados obtidos e pelas considerações finais.

HOSPEDAGEM COMPARTILHADA: UM MARCO DE INOVAÇÃO NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A partir do século XX, o mercado de meios de hospedagem se consolidou como um serviço de tradição e reconhecimento dedicado a oferecer conforto, comodidade e satisfação aos seus hóspedes. Motivados pelo surgimento de novas necessidades, os meios de hospedagem foram se diversificando em hospedarias, albergues, hotéis, resorts, pousadas, entre outros; porém, cada uma destas alternativas possui características próprias que refletem diferentes práticas de mercado e expectativas distintas dos turistas, responsáveis pela variação tanto do valor das diárias quanto do tipo de acomodação e serviços oferecidos.

Apesar da diversidade de tipologias, a Lei Geral do Turismo (LGT) define meios de hospedagem como:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária. (Lei n. 11.771, 2008)

Todas estas classificações não estão dissociadas da lógica da cultura do turismo e da estruturação das empresas turísticas (Krippendorf, 2003), muitas vezes rompendo com as formas convencionais de turismo no intuito de proporcionar experiências únicas no encontro das culturas, do viajante e do viajado, criando um lugar de experiência da alteridade.

O setor turístico tem uma grande força econômica e é um dos principais fenômenos de consumo, com grande capacidade de gerar renda e desenvolver comunidades, responsável pela promoção e transformação do espaço onde vivemos. Por este motivo, acaba sendo um dos mais afetados do mercado de forma global, sendo obrigado a buscar constantemente soluções, adaptando-se e criando novas formas de servir.

Inovar e satisfazer clientes torna-se desafio de gestores, já que os serviços são experimentados e sentidos, e de avaliação subjetiva, por isso inovar é geralmente uma ação atribuída a produtos e não a serviços. Segundo Christensen (2000), a inovação acontece quando alguma das tecnologias de uma organização muda e traz ao mercado algo muito diferente do que estava disponível até então. É dentro deste conceito que podemos analisar a economia compartilhada como uma possível solução para evitar o uso desnecessário de recursos e o desperdício excessivo, propondo um aumento do ciclo de vida a ativos ociosos e produtos, promovendo um movimento transformador aos tradicionais modelos de negócio.

No turismo, que tem como principal pilar a prestação de serviços, o modelo de hospedagem compartilhada ganhou força nos últimos anos potencializado pela interação entre comunidades e pelo uso das tecnologias de rede (Piran et al., 2018) e, com isso, a propagação de aplicativos deste tipo de serviço. A ideia desta hospedagem compartilhada surgiu em 2007, por três amigos designers que moravam em São Francisco (Estados Unidos), que resolveram alugar um quarto excedente de seu apartamento para aumentar a renda. Simultaneamente, ocorria a saturação da demanda hoteleira ocasionada por uma grande conferência de design e, assim, os amigos alugaram não só o quarto, mas outras dependências e um colchão inflável (Morales, 2021). Deste episódio surgiu o Airbnb (acrônimo de *airbed and breakfast*, em inglês). Hoje, o Airbnb é uma das principais plataformas de hospedagem do mundo, consagrando-se como a maior em economia compartilhada, com imóveis espalhados em 191 países (Airbnb, 2019). No Brasil, o serviço entrou em 2011 e atualmente são mais de 45 mil anúncios, o que torna o país o maior mercado da empresa na América Latina e o quarto no mundo (Soares & Mendes Filho, 2016).

O conceito de economia compartilhada, em oposição à cultura do desperdício, torna o Airbnb, dentro de um contexto histórico, um fenômeno inédito como a maior rede de hospedagem do mundo sem possuir uma única unidade habitacional (Smith Travel Research, 2017). Para tanto, pode-se considerar que a hospedagem de forma compartilhada é uma inovação, pois de acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico:

Inovação é a implementação de um produto novo ou significativamente melhorado bem ou serviço, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (OECD, 2005, p. 55)

Sendo assim, inovar em processos relacionados à elaboração, prestação e procedimentos de atendimento ao cliente pode ser considerada uma vantagem competitiva capaz de contribuir para aumentar o índice de satisfação dos clientes, impactando diretamente na imagem da organização no mercado turístico (Porter, 1999).

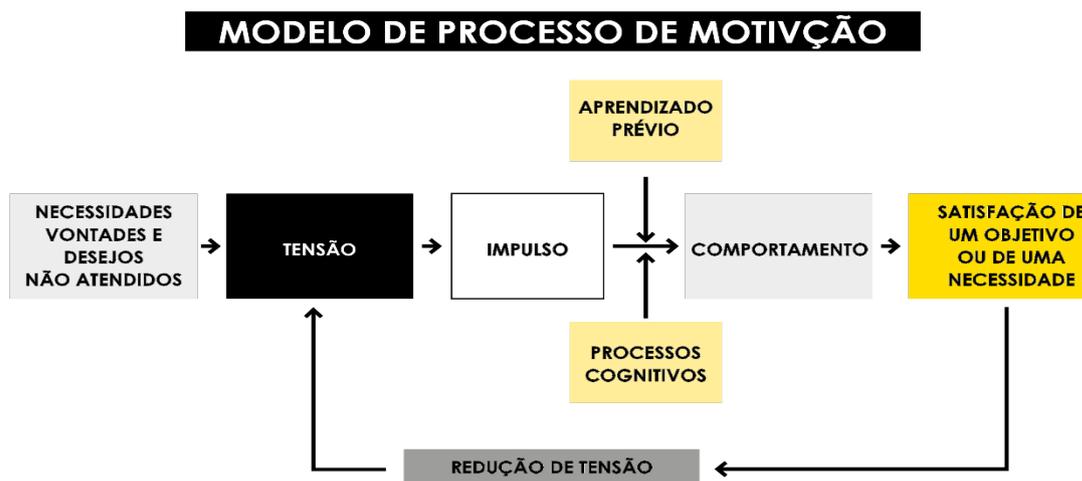
Outro fator importante a ser analisado é quanto à motivação, pois esta é fruto de uma combinação de diversos fatores: conscientes, inconscientes, internos, externos, fisiológicos, psicológicos, sociais, culturais, racionais ou emocionais (Rabahy, 2005). Tais fatores são capazes de determinar não somente o que se faz, mas com que intensidade se faz. As teorias ligadas à motivação no turismo levam em consideração o turista como um consumidor em geral, devido a uma série de particularidades e cenários possíveis presentes na aquisição de um bem turístico (Hirata & Braga, 2017).

A teoria motivacional abordada neste estudo trata das motivações atribuídas às experiências, no caso a Teoria Cognitivista, segundo a qual o indivíduo antevê consequências porque adquiriu e elaborou informações nas suas experiências anteriores. Para Lewin (1997, citado por Evans, 1982), a motivação "depende do modo como a pessoa percebe o estado de coisas que influenciam o seu comportamento" (p. 84) e as condutas são resultado de uma interação entre pessoas e ambientes. Segundo Schiffman & Kanuk (2000), "as necessidades e experiências passadas são analisadas, categorizadas e transformadas em atitudes e crenças que agem como predisposições ao comportamento" (p. 68).



O processo de motivação segue um modelo pré-determinado por nossos estímulos, de acordo com a figura 1:

Figura 1: Quadro do esquema do Modelo de Processo de Motivação.



Fonte: Adaptado de Robbins (2008).

Ao final, o que se deseja é que a experiência seja altamente positiva, gere satisfação, crie valores, construa relacionamentos duradouros para que o valor percebido seja baseado nos custos e na qualidade da experiência ofertada, superando suas expectativas. É desta forma que a empresa cria relações de fidelização com o cliente.

Este valor percebido é mensurado por uma escala única que busca capturar o julgamento do cliente por meio de uma declaração afirmativa (Castro, 2006). O conceito mais utilizado dentro da literatura de marketing é o de Zeithaml (1988), no qual "valor são todos os fatores, qualitativos e quantitativos, subjetivos e objetivos, que compõe a experiência completa de compra" (p. 13). Aplicando aos meios de hospedagem, para muitos turistas, ficar em um hotel convencional significa mais segurança, conforto e um bom atendimento durante a viagem, no entanto, para outros pode ser bastante entediante e não personalizado. A maior parte das hospedagens segue este modelo tradicional e manter uma autêntica experiência como "um local" nestas condições é praticamente impossível (Snyder, 2010). Assim, a plataforma Airbnb vende-se ofertando uma oportunidade de hospedar-se em um espaço único, vivenciando uma cidade da forma como um nativo cria suas memórias, desenvolvendo um sentimento acolhedor de pertencimento através de uma experiência diferente da cidade.

Com os slogans "Sinta-se em casa", "More em qualquer lugar", "Experiências únicas", é possível encontrar na página uma definição do que a plataforma define como experiência para seus hóspedes e anfitriões:

O que é uma experiência? É uma atividade desenvolvida e guiada por moradores locais no mundo todo, que vai além dos passeios ou aula típicos. Apresente sua cidade, ofício, causa ou cultura oferecendo uma experiência. (Airbnb, 2021b)

Este estudo não tem como objetivo investigar a etimologia da palavra experiência e nem sua concepção antropológica, mas aplicá-la na sua relação com a experiência turística, mais precisamente o turismo de experiência. Este é um termo mercadológico utilizado para descrever uma forma de desenvolver produtos turísticos, inserido o turista como protagonista de sua própria viagem (Pezzi & Santos, 2012).

Assim, o turismo de experiência é um nicho de mercado que apresenta uma nova forma de fazer turismo, em que existe interação real como o espaço visitado (Sebrae, 2015), relacionado com as aspirações do homem moderno, de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele fim, estimulando vivências, engajando com a comunidade local, gerando aprendizados significativos e memoráveis.

No caso do Airbnb, o hóspede é estimulado a contar sua experiência através de comentários no pós-hospedagem e produzir conteúdo visual nas redes sociais como um reflexo de satisfação. O apelo estético é um diferencial, tanto para hóspedes, quanto para anfitriões. No caso do anfitrião, na própria plataforma, ele é orientado a investir na renovação do design do seu imóvel como uma forma de impulsionar reservas, atraindo mais hóspedes. Com dicas de vídeos feitas pelos anfitriões considerados *Superhosts*, como são conhecidos os anfitriões mais experientes, eles ensinam a criar ambientes capazes de traduzir estas experiências criando microespaços "dignos do Instagram". Segundo o depoimento do *superhosts*, "as pessoas adoram compartilhar suas experiências online, e é uma oportunidade para expor sua acomodação a um público mais amplo. Todo mundo gosta de coisas bonitas!" (Airbnb 2020).

EDIFÍCIO COPAN: UM ÍCONE DA ARQUITETURA MODERNA BRASILEIRA

A arquitetura moderna corresponde a um conjunto de movimentos e ideias que predominaram durante boa parte do século XX, alcançando o auge entre 1930 e 1950. A tônica da arquitetura moderna está relacionada com o rompimento da lógica projetual tradicional, propondo a introdução de novas concepções arquitetônicas, novos materiais e novas tecnologias (Lira, 2015). Impulsionado pela Revolução Industrial, que impactou a qualidade dos materiais de construção através do uso de novas tecnologias, o movimento moderno na arquitetura se traduzia na utilização de materiais como concreto, vidro e aço, nas linhas orgânicas das formas e na funcionalidade das edificações.

O Edifício Copan (figura 2), localizado no centro de São Paulo, representa um dos maiores exemplares da arquitetura moderna brasileira. A sua construção é consequência de um período de acelerada verticalização e adensamento populacional da área central da cidade no início da década de 1950, resultando em um *boom* imobiliário (Bonfim & Oliveira, 2020).



Figura 2: Vista aérea do Edifício Copan.



Fonte: Alves (2017).

Concebido pelo arquiteto Oscar Niemeyer, o projeto teve início em 1951 com um programa ambicioso. Originalmente estava prevista a construção de dois edifícios: um residencial, com cerca de 900 apartamentos de tipologias variadas, e outro que deveria abrigar um hotel com 600 unidades habitacionais. Localizadas em um terreno de aproximadamente 11 mil m², as duas edificações seriam interligadas por uma área comum no térreo e conectadas através de uma passarela. O conjunto ainda contaria com teatro, cinema, bares, restaurantes e uma galeria comercial com loja e sobreloja (Bonfim & Oliveira, 2020; Galvão, 2007).

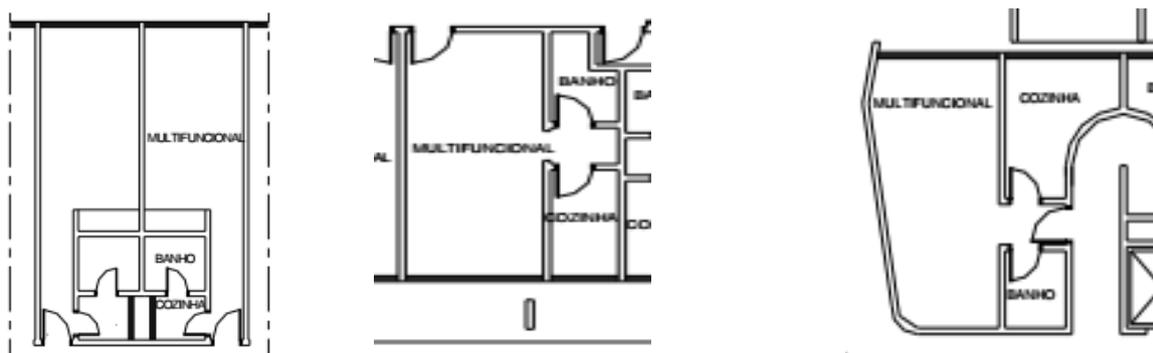
A composição formal das duas edificações se contrapunha. Enquanto o hotel foi projetado como um bloco retangular, o projeto do edifício residencial adotou como solução arquitetônica a planta em formato de "S", pensado para tirar o melhor proveito da geometria do terreno. A sinuosidade do partido linear, que ocupa toda a extensão do lote, somado à altura do prédio de 32 pavimentos, resulta em uma edificação que se destaca no cenário urbano de São Paulo e se constitui em um marco da capital paulista. Apesar da planta em "S", a arquitetura do edifício apresenta linhas retas, traços bem definidos e simplicidade na forma, características marcantes da arquitetura modernista.

O conjunto começou a ser construído em 1952, porém a obra passou por várias paralisações, o que estendeu a construção até a década de 1960 (Bonfim & Oliveira, 2020). Ao longo desse período, o projeto original passou por diversas modificações. A edificação do hotel acabou não saindo do papel e em seu lugar foi construída uma agência bancária projetada pelo arquiteto Carlos Lemos. O teatro também não foi executado e o projeto do prédio residencial sofreu alterações internas que ampliaram o número de apartamentos. Segundo Galvão (2007), os

blocos E e F abrigariam amplos apartamentos de quatro dormitórios, porém foram redesenhados para alojar *kitchenettes* (figura 3) e apartamentos de um dormitório. As *kitchenettes*, unidades baseadas em um único espaço multifuncional, já vinham ganhando destaque na metade do século XX como forma de atender a uma demanda de mercado por apartamentos pequenos e bem localizados.

Com a nova configuração, o Copan passou a contar com 1.160 apartamentos distribuídos em 6 blocos, identificados de A a F. O bloco A possui 64 apartamentos de dois dormitórios, o bloco B conta com 640 unidades, entre *kitchenettes* e apartamentos de um dormitório, nos blocos C e D estão 128 apartamentos de três dormitórios, e os blocos E e F abrigam 328 unidades, incluindo *kitchenettes* e apartamentos de um dormitório. Os acessos para cada bloco são independentes e estão localizados junto à galeria no térreo, onde também se encontram diversas atividades comerciais (Galvão, 2007).

Figura 3: Algumas das variações de *kitchenettes* do Edifício Copan. Essa tipologia configura-se por um espaço multifuncional, que exerce a função conjunta de sala e dormitório, com áreas separadas para cozinha e banheiro.



Fonte: Adaptado de Galvão (2007).

O leque de tipologias, que engloba desde *kitchenettes* de 24 m² a apartamentos de três dormitórios com 160 m², resulta em tipos distintos de moradores. A edificação, que é o maior prédio de apartamentos da América Latina, abriga cerca de 5 mil pessoas com os mais diferentes perfis (Galvão, 2007; Pina, 2020). Outra característica marcante do conjunto é a fachada principal, composta por 95 brises horizontais igualmente espaçados, formando uma sequência de linhas paralelas. Esse sistema de *brise-soleil* confere identidade à edificação ao mesmo tempo em que fornece privacidade aos habitantes (Boniatti et al., 2016).

Outra solução amplamente utilizada durante o período moderno e que ainda pode ser visualizada são os cobogós, elementos vazados que fazem o fechamento da fachada posterior dos blocos C ao F e de parte do bloco A. Ambos os sistemas, os *brise-soleil* e os cobogós, assumem a condição de testemunho técnico-constructivo de uma época, posto que sua autenticidade dos elementos originais é conservada até hoje.

A fachada principal composta por grandes panos de vidro segue uma das premissas do movimento modernista, a integração dos espaços, visto que permite a conexão entre interior e exterior. A integração também é observada na utilização da estrutura em concreto armado, seguindo o princípio da planta livre, que determina que as paredes não assumem mais uma



função estrutural, permitindo futuras modificações. A funcionalidade, outra característica deste estilo, também pode ser observada no Copan, ou seja, os espaços são projetados tendo em vista o seu uso, com foco na organização racional da planta. Além disso, a ornamentação das edificações, muito presente em estilos anteriores, era vista com aversão e algo a ser evitado no pensamento moderno, resultando em volumes puros e predomínio das linhas retas (Coelho & Odebrecht, 2007).

O Copan é, até hoje, um símbolo da arquitetura moderna e um dos cartões postais da cidade de São Paulo. Para Bonfim,

“As pessoas atribuem valor ao Copan pela sua grandiosidade, pela forma, pela integração com o tecido urbano, pela arquitetura, pelo arquiteto que o projetou e pela sociedade época no qual foi concebido. O valor é atribuído pelo conjunto e isso é refletido nas publicações midiáticas, na literatura e nas artes.” (2019, p. 40)

Devido ao seu valor histórico, arquitetônico, urbanístico e paisagístico, foi tombado em 2012 pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo (CONPRESP). O Copan, em conjunto com outras cinco edificações, faz parte do que é chamado de “mancha da arquitetura moderna” justamente pela relevância de tais edificações no contexto urbano. (Bonfim & Oliveira, 2020).

METODOLOGIA

O estudo apresenta uma abordagem quali-quantitativa, que consiste na análise dos comentários postados por usuários no site Airbnb, buscando compreender o universo de significados, motivações, valores e percepções que se traduzem por meio de tais avaliações a partir da quantidade de vezes que determinados conjuntos de termos se repetem. A pesquisa quali-quantitativa “interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos” (Knechtel, 2014, p. 106).

Do ponto de vista dos objetivos, o estudo caracteriza-se como descritivo-exploratório. Segundo Gerhardt e Silveira (2009), o intuito da pesquisa exploratória é proporcionar maior familiaridade com o tema, tornando-o mais explícito ou possibilitando a construção de hipóteses. Já o caráter descritivo diz respeito à sua finalidade de descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou identificar possíveis relações entre variáveis (Gil, 2018). No caso deste estudo, tal aspecto está relacionado com o objetivo de identificar se há relação entre a percepção dos usuários que se hospedam no Copan e o fato do edifício ser um atrativo por si só. Também está relacionado com a intenção da pesquisa em identificar se existe relação entre os elementos que aparecem nos anúncios e o que é abordado pelos usuários em suas avaliações.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso. Conforme Yin (2001), o estudo de caso é uma investigação de uma situação específica, na qual pretende-se conhecer em profundidade o como e o porquê. Além disso, no estudo de caso não há intervenção do pesquisador no objeto a ser estudado.

A primeira etapa da pesquisa correspondeu a uma pesquisa bibliográfica, realizada com o propósito de fornecer um referencial teórico para o estudo. Além de conceitos pertinentes à temática abordada, buscou-se um aporte relacionado ao histórico e principais características do Edifício Copan. Em seguida, foi realizada uma pesquisa online por anúncios de hospedagem no Copan em três plataformas de hospedagem compartilhada: Airbnb, Booking e Vrbo.

O resultado dessa pesquisa revelou uma grande disparidade entre o que é disponibilizado no Airbnb e em outras plataformas. Enquanto no Airbnb foi possível encontrar 28 anúncios de apartamentos, o Booking continha sete e o Vrbo apenas cinco. A diferença refletiu também na quantidade de avaliações encontradas. Os anúncios do Airbnb totalizaram 3.598 comentários, os do Booking 14 e no Vrbo foi possível encontrar somente um comentário (quadro 1). Em função da quantidade expressiva de avaliações encontradas nos anúncios do Airbnb, quando comparada com as outras plataformas, optou-se por concentrar as análises da pesquisa nos comentários desse *site*.

Quadro 1: Comparativo entre o número de anúncios e de avaliações em cada uma das plataformas de hospedagem compartilhada.

Plataforma	Anúncios	Avaliações
Airbnb	28	3598
Booking	7	14
Vrbo	5	1

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa.

A coleta de dados ocorreu de forma manual, ou seja, copiando e colando os comentários dos anúncios em um documento de texto. Foram criados arquivos separados para cada um dos 28 anúncios do Airbnb, nos quais foram sistematizadas as avaliações do referido imóvel. As avaliações que continham somente um caractere foram desconsideradas, assim como as mensagens geradas automaticamente pelo Airbnb nos casos de cancelamento da reserva pelo anfitrião. Ainda em etapa prévia à análise dos dados, foi realizada uma breve correção ortográfica, focada em erros de acentuação ou digitação, de forma a evitar que palavras iguais fossem consideradas distintas por uma pequena diferença de caracteres, no momento do processamento dos dados.

Outro procedimento prévio realizado foi a tradução das avaliações que não estavam no idioma português com o auxílio do Google Tradutor. Essa etapa foi necessária de forma a padronizar a linguagem dos textos e possibilitar a utilização do *software* escolhido para o processamento dos dados. Cabe ressaltar que a gama de diferentes idiomas encontrados, incluindo inglês, espanhol, francês, alemão, russo, entre outros, caracteriza e reforça a diversidade de usuários que se hospedam no Edifício Copan.

Ao todo, foram analisados 3.587 comentários. O processamento e a análise dos dados foram realizados com a intermediação do *software* Iramuteq, versão 0.7 alpha 2. O Iramuteq é um *software* gratuito e de fonte aberta que permite a realização de análises estatísticas de textos qualitativos. Silva et al. (2019) ressaltam que a utilização de softwares como o Iramuteq em pesquisas qualitativas é muito útil “porque permite uma fácil organização e sistematização



das informações, facilitando todo o processo de investigação, análises e discussões inerentes à pesquisa a partir dos dados coletados" (p. 161).

Após a coleta e a sistematização dos comentários, os dados foram inseridos no *software* Iramuteq que forneceu resultados acerca da frequência com que as palavras aparecem no texto. A partir disso, foi realizado o agrupamento por similaridade de significados, prosseguindo ao somatório de quantas vezes esse conjunto de termos aparece nas avaliações retiradas do Airbnb. Assim, foi possível traçar algumas considerações sobre as percepções e as possíveis motivações dos usuários quanto à hospedagem no Edifício Copan.

Em paralelo, realizou-se uma análise da oferta, a partir dos anúncios dos apartamentos no Airbnb. Procurou-se identificar aspectos relativos às características dos apartamentos e às descrições dos anúncios, com o objetivo de, posteriormente, cruzar os dados e buscar relações com o conteúdo dos comentários. Nesta etapa, os dados coletados foram sistematizados em uma planilha do Microsoft Excel, a partir da qual foram realizadas as análises.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos comentários possibilitou uma constatação sobre os valores percebidos por seus hóspedes de forma qualitativa e quantitativa, subjetiva e objetiva, capazes de auxiliar na leitura dos resultados finais e traçar algumas considerações sobre as percepções e as possíveis motivações destes usuários tão específicos. Além disso, a análise dos anúncios também possibilitou uma identificação quanto à oferta, relativos às características dos apartamentos e de seus atributos físicos, quanto aos aspectos ligados à arquitetura, ao design, à conservação, à localização e à qualidade dos equipamentos ofertados para uso.

A OFERTA DE APARTAMENTOS DO EDIFÍCIO COPAN NO AIRBNB

A análise dos anúncios do Airbnb relativos aos apartamentos do Edifício Copan possibilitou a identificação de certas características desses apartamentos, tanto em relação a seus aspectos físicos quanto ao conteúdo presente nas descrições dos anúncios, ou seja, como ele é divulgado pelos anfitriões. A partir de tais características, foi possível estabelecer relações com os resultados da análise das avaliações dos usuários, identificando aspectos que estão presentes nas duas esferas.

Em relação aos atributos físicos dos apartamentos, percebe-se que a maioria, cerca de 60%, possui capacidade para acomodar até dois hóspedes. Esse dado dialoga com outro aspecto relativo à tipologia dos imóveis. Utilizando as fotos que constam nos anúncios do Airbnb e os tipos de apartamentos do Copan apresentados por Galvão (2007), foi possível observar que mais de 90% deles correspondem a *kitchenettes* ou apartamentos de um dormitório (quadro 2). Por conta disso, é comum que a maioria só possua uma cama de casal ou, no máximo, mais uma cama de solteiro ou sofá-cama, restringindo a capacidade para duas, três ou, em poucos casos, quatro pessoas.

Quadro 2: Quantidade de anúncios encontrados em relação ao número de hóspedes e à tipologia do apartamento.

		Quantidade
Quanto ao número máximo de hóspedes	2	17 (60,7%)
	3	6 (21,4%)
	4	4 (14,3%)
	6	1 (3,6%)
Quanto à tipologia	<i>Kitchenette</i>	17 (60,7%)
	Apartamento de 1 dormitório	9 (32,1%)
	Apartamento de 3 dormitórios	1 (3,6%)
	Não foi possível identificar	1 (3,6%)

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa.

Somente um dos apartamentos pertence à configuração de três dormitórios, e este corresponde, também, ao único apartamento que abriga até seis pessoas. Em um dos anúncios não foi possível identificar a tipologia do apartamento, em função da quantidade limitada de fotos disponíveis. Contribui para isso o fato deste apartamento ser o único do tipo “quarto” e não “casa inteira”. No Airbnb os hóspedes podem alugar o espaço inteiro do apartamento, referido como “casa inteira”, ou somente um “quarto”, quando o hóspede compartilha os outros ambientes comuns da hospedagem com o anfitrião. Dos 28 anúncios, 27 são do tipo “casa inteira”, o que denota outra forte característica dos apartamentos do Copan no Airbnb.

No tocante aos aspectos visuais, percebe-se que há uma preocupação geral em relação à decoração dos apartamentos. A maioria apresenta uma estética agradável, que também é reforçada pela qualidade das fotografias. Essa percepção vai ao encontro da característica da plataforma de estimular os anfitriões a investirem no design dos seus espaços, através da disponibilização de dicas e vídeos, conforme já citado anteriormente. Inclusive, muitas das descrições dos anúncios mencionam que o apartamento passou por reformas, com algumas citando até mesmo o escritório de arquitetura responsável pelo projeto.

Apesar de vários apartamentos já terem sido modificados, ainda é possível identificar determinados elementos da arquitetura modernista que agregam valor à experiência de se hospedar em um edificação icônica como o Copan. A materialidade característica desse estilo, representada pela estrutura em concreto armado, o qual é muitas vezes deixado aparente, é facilmente identificada no interior das residências. Além disso, os panos de vidro, os *brise-soleil* e os cobogós são outros elementos originais que podem ser apreciados pelos hóspedes.

Outros pontos podem ser levantados a partir dos textos das descrições. Identificou-se que o fato de os apartamentos estarem localizados no Edifício Copan é mencionado por 27 dos 28 anúncios, correspondendo a 96,4% do total. Uma grande parcela, 82,1%, também cita que a edificação é projeto do arquiteto Oscar Niemeyer; e 19 anúncios, o equivalente a 67,9% descrevem o Copan utilizando as palavras “ícone” ou “icônico”. Esses dados revelam que a edificação por si só, ou seja, a experiência de passar algumas noites em um marco da arquitetura paulistana pode ser um dos fatores que motiva os usuários a se hospedarem no Copan, o que



acaba sendo utilizado pelos anfitriões como forma de atrair novos hóspedes. Ainda em relação às descrições, em 23 dos 28 anúncios (82,1%) é possível encontrar a palavra “vista”, em referência às paisagens e experiências visuais proporcionadas pelos apartamentos da cidade de São Paulo. Utilizando frases como “vistas únicas de cartão postal dos arranha-céus e skyline do centro paulistano”, “vista espetacular da cidade” ou “vista da cidade de SP de tirar o fôlego”, os anfitriões se ancoram desse atributo também como um chamariz para potenciais hóspedes.

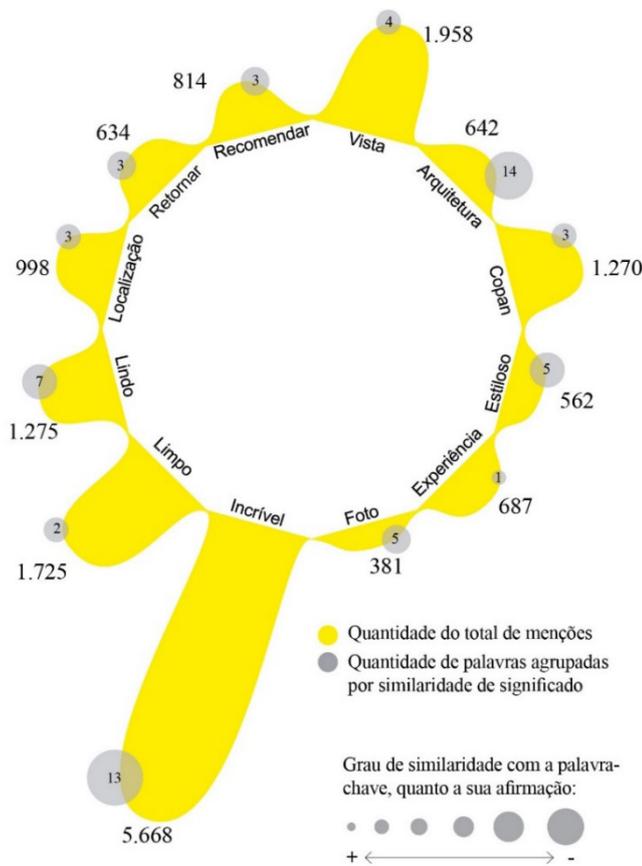
As experiências visuais que podem ser desfrutadas nesses apartamentos também estão relacionadas com outra característica percebida nas descrições dos anúncios. Dentre os 28, 22 apartamentos estão localizados no um terço mais alto do edifício, ou seja, entre o 21º e o 32º pavimento. Desses 22, 14 estão entre o 27º e o 32º andar, e três anúncios não identificam exatamente qual o pavimento, mas mencionam que é em “andar alto”, ou “um dos últimos”. Em apenas seis não é possível saber qual o andar ou em que porção do edifício está o apartamento.

Como se pode observar, metade dos apartamentos estão situados nos últimos seis pavimentos do Edifício Copan (27º ao 32º). Da outra metade, sabe-se que a maioria também se encontra em um dos andares mais altos. Em conjunto com o que as descrições trazem sobre as “vistas” da cidade, percebe-se que o componente visual exerce uma forte influência sobre onde está concentrada a oferta de apartamentos do Edifício Copan no Airbnb. Cabe acrescentar ainda que as experiências visuais são estimuladas e potencializadas pelos grandes panos de vidro que compõem fachadas, elemento característico da arquitetura modernista.

AS AVALIAÇÕES DOS USUÁRIOS: PERCEPÇÕES E MOTIVAÇÕES

Em consonância com o que foi identificado com relação à oferta, a palavra “vista” predomina nos comentários, aparecendo um total de 1.889 vezes. Agrupando o termo com outros semelhantes, como “visual”, “visão” e “paisagem”, o número sobe para 1.958 menções, deixando evidente que este fator exerce um peso significativo nas avaliações dos usuário. Associa-se a isso o grande painel de vidro dos apartamentos do Copan, com janelas que se estendem do piso ao teto, ampliando o campo de visão e proporcionando experiências visuais abrangentes do skyline de São Paulo. O fato de a maioria dos anúncios corresponder a andares altos, às vezes superando o número de pavimento dos prédios do entorno, contribui para uma experiência mais positiva do hóspede em relação às paisagens que a hospedagem proporciona. Além disso, as fotografias publicadas nos anúncios, somadas às suas descrições, evidenciam as potencialidades visuais dos apartamentos, instigando os possíveis usuários.

Figura 4: O infográfico mostra dois comparativos: um relacionado à quantidade de vezes em que as palavras são mencionadas em comentários e, no outro, à quantidade de palavras agrupadas por similaridade de significados.



Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa.

A fotografia, inclusive, é outro elemento muito citado nas avaliações. Juntamente com termos como “fotografar”, “fotográfico”, “foto” e “fotógrafo”, soma 381 menções. Parte disso está relacionada com o que já foi mencionado acerca das experiências visuais que podem ser exploradas, as quais, no contexto em que as redes sociais ganham cada vez mais força, acabam atraindo muitos hóspedes uma busca da “foto perfeita para publicar no Instagram”. Não é à toa que a *hashtag* Copan (#copan) já foi utilizada mais de 214 mil vezes nessa rede social. Além disso, vários comentários relatam que determinados apartamentos foram alugados para sessões fotográficas, evidenciando que esta também é uma prática comum no Edifício Copan.

A estética dos apartamentos, que já foi ponto de análise com relação à oferta, também é mencionada nos comentários. Palavras como “decoração”, “design”, “decorar” e “estiloso” aparecem um total de 562 vezes, e no geral estão associadas a comentários positivos acerca da aparência dos apartamentos. Pode-se afirmar que há uma inteseção entre este e o componente “fotografia”, visto que os apartamentos citados como cenário para ensaios fotográficos geralmente possuem uma decoração contemporânea e um alto apelo estético.

O componente relacionado à edificação, em si, apresenta-se com bastante força nas avaliações. “Copan”, “prédio” e “edifício” são mencionados 1.270 vezes, evidenciando



que o local onde o apartamento está inserido exerce influência nas percepções do usuário e, possivelmente, nas motivações que o levaram a hospedar-se especificamente neste edifício. Essa constatação ganha força com a análise de termos como “arquitetura”, “arquitetônico”, “Niemeyer”, “moderno”, “icônico”, “marco”, “histórico”, “famoso”, e outros derivados, que somam 642 menções. Apesar deste fator não ser o predominante, observa-se que há uma identificação pelos usuários deste edifício como um dos mais importantes no contexto da arquitetura moderna brasileira, o que faz com que muitos desejem vivenciá-lo

A posição do Edifício Copan na malha urbana de São Paulo e as suas relações com o entorno aparece como outro componente observado nos comentários. As palavras “localização”, “centro” e “metrô” são citadas 998 vezes, indicando que o fato da edificação estar localizada na região central da cidade também gera um impacto positivo na sua escolha como hospedagem pelos usuários.

De forma geral, observa-se um elevado grau de satisfação entre as avaliações. Expressões como “incrível”, “ótimo”, “excelente”, “maravilhoso”, “inesquecível”, “perfeito”, e outros similares, somam 5.668 aparições, um número maior do que o total de comentários analisados. Dentro do mesmo contexto, termos mais especificadamente relacionados com o apartamento também denotam impressões positivas. Palavras como “lindo”, “confortável”, “aconchegante”, “agradável”, “bonito”, entre outras, são citadas 1.725 vezes. Dentre os aspectos relacionados à utilização do apartamento, destaca-se a quantidade de comentários relativos ao asseio do espaço, em que “limpeza”, “limpo” e suas variações aparecem 1.004 vezes, no geral denotando satisfação em relação a esse aspecto.

A palavra experiência é citada 687 vezes, na grande maioria vinculada a aspectos positivos. Observa-se que tal componente pode estar relacionado com vários dos pontos já abordados ou outros que não foram incluídos nesse estudo, visto que em alguns comentários não é possível determinar em relação a quem a experiência foi satisfatória.

A intenção de retorno também se apresenta como positiva. Os verbos “retornar”, “regressar” e “voltar”, em suas diversas conjugações, são mencionados 634 vezes. Da mesma forma, 814 comentários trazem palavras relacionadas a “recomendação”, como “recomendar” ou “recomendável”, o que denota a predisposição para uma avaliação positiva da hospedagem.

Como limitações do estudo, identificou-se a linguagem coloquial muitas vezes utilizada nas avaliações, gerando uma variedade de termos e expressões com o mesmo significado. O elevado número de comentários tornou inviável analisá-los individualmente, além do que, o software utilizado apresenta certas restrições quanto à identificação e somatório das palavras, as quais devem apresentar grafia exatamente igual para serem contabilizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caráter dinâmico da atividade turística, que constantemente precisa se adaptar e se moldar às diferentes necessidades do mercado, acarreta o surgimento de novos modelos de prestação de serviços, como é o caso do Airbnb e das plataformas de hospedagem compartilhada. Tais produtos nascem trazendo consigo outros perfis de usuários, que, por sua vez,

podem apresentar as mais diversas motivações ao escolher uma hospedagem em detrimento da outra, por exemplo.

A partir disso, este estudo analisou as percepções dos usuários que optam por se hospedar no Edifício Copan através do Airbnb, apontando as possíveis motivações relacionadas a esta escolha. Traçou-se um paralelo, também, com o que está presente nos anúncios dos apartamentos, identificando que há uma consonância entre este conteúdo e o que é expressado pelos usuários através de suas avaliações.

Observou-se que o componente visual é um dos aspectos que tem maior peso na hospedagem no Copan, sendo citado com frequência nos comentários dos hóspedes. Essa perspectiva é corroborada pelo que aparece nas descrições do anúncios que, em sua grande maioria, fazem menção às vistas “incríveis”, “espetaculares” e “únicas” que os imóveis proporcionam da cidade de São Paulo.

Da mesma forma, aspectos relacionados à estética dos apartamentos e à arquitetura do edifício se configuram como pontos de convergência entre o que é apresentado nos anúncios e o que é apontado pelos hóspedes. Concluiu-se, então, que existe uma correlação entre a oferta e o *feedback* dos usuários em que, ora o que é apresentado na descrição instiga o consumidor a optar pelo Copan, ora o que é relatado pelos hóspedes estimula o anfitrião a se utilizar desse atributo como chamariz a novos hóspedes.

Tanto a vivência das paisagens formadas pelo skyline de São Paulo através da altitude do Copan, como a possibilidade de se hospedar em um marco arquitetônico da cidade, estão relacionados com um dos pilares do Airbnb: a experiência. Além da palavra ser muito citada nas avaliações, adjetivos como “incrível”, “maravilhoso” ou “excelente” aparecem de forma frequente, indicando que, de modo geral, as percepções dos hóspedes quanto à experiência que tiveram foi muito positiva.

A análise, a classificação e a ordenação dos dados coletados a partir dos comentários possibilitou a criação de uma representação gráfica ou infográfico, capaz de proporcionar melhor compreensão e percepção dos valores buscados de forma mais funcional. Essa representação permitiu novos níveis de leitura, à medida que a informação é percebida e interpretada pelo estudo, a exemplo da escala do grau de similaridade da palavra-chave, no que diz respeito aos valores atribuídos através das avaliações.

REFERÊNCIAS

- Airbnb. (2019, Março 27). *Airbnb comemora o marco de 500 milhões de chegadas de hóspedes*. <https://news.airbnb.com/br/airbnb-comemora-o-marco-de-500-milhoes-de-chegadas-de-hospedes/>
- Airbnb. (2021a). *Airbnb Plus*. <https://www.airbnb.com.br/plus>
- Airbnb. (2020). *Dê uma repaginada no seu espaço*. <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/sprucing-up-your-space-96>



- Airbnb. (2021b). *Ganhe dinheiro compartilhando atividades que você ama*. <https://www.airbnb.com.br/host/experiences>
- Airbnb. (2021c). *O que é um Superhost?* <https://www.airbnb.com.br/help/article/828/o-que-%C3%A9-um-superhost>
- Alves, L. (2017, Fevereiro 19). Buildings Designed by Oscar Niemeyer That Changed São Paulo's Centro. *The Culture Trip*. <https://theculturetrip.com/south-america/brazil/articles/buildings-designed-by-oscar-niemeyer-that-changed-sao-paulos-centro/>
- Bonfim, Valeria Aparecida Costa. (2019). A conservação da arquitetura moderna: as fachadas do Edifício Copan. Apêndice A: Plano de Conservação. [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].
- Bonfim, V. A. C., & Oliveira, F. L. de. (2020). A conservação da arquitetura moderna: as fachadas do edifício Copan. *Pós*, 27(50), 1-14. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2317-2762.posfau.2020.162808>.
- Boniatti, M., Zen, C., & Anjos, M. F. d. (2016). *A arquitetura moderna de Oscar Niemeyer: Edifício Copan*. In Anais do 14º Encontro Científico Cultural Interdisciplinar (pp. 1-16). Cascavel: Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz.
- Boullon, R. C. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. EDUSC.
- Branco, R. de P. C. (2019). O futuro da hospitalidade: Impactos dos modelos disruptivos de hospedagem no mercado tradicional. *Revista Rosa dos Ventos*, 11(4), 773-818.
- Castro, L. R. K. (2006). *Valor percebido como ferramenta para a tomada de decisão: Uma aplicação na indústria hoteleira utilizando a análise conjunta*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].
- Christensen, C. (2000). *The Innovator's Dilemma*. Harper Business.
- Coelho, A., Odebrecht, S. (2007). Arquitetura moderna: reconhecimento e análise de edifícios representativos em Blumenau, SC. *Dynamis revista tecno-científica*, 13(1), 46-58.
- Evans, P. (1982). *Motivação* (2ª ed.). Zahar editores.
- Galvão, W. J. F. (2007). *COPAN/SP: A trajetória de um mega empreendimento, da concepção ao uso. Estudo compreensivo do processo com base na Avaliação Pós-Ocupação*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].
- Gerhardt, T. E., Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Editora da UFRGS.
- GIL, A. C. (2018). *Como elaborar projetos de pesquisa* (6ª ed.). Atlas.
- Hirata, F. A., Braga, D. C. (2017). *Demanda turística e o estudo sobre motivação*. Editora da UFRR.
- Knechtel, M. do R. (2014). *Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada*. Intersaberes.
- Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do Turismo*. Aleph

- Lei nº11.771, de 17 de setembro de 2008. *Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.* http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm.
- Lira, F. B. (2015). *Por uma agenda de discussões sobre a conservação da arquitetura moderna*. In S. Zancheti, G. Azevedo, & C. Moura. *A conservação do patrimônio no Brasil: Teoria e prática* (pp. 26-37). Centro de Estudos da Conservação Integrada.
- Morales, F. (2021). *Airbnb: a história da startup que, hoje, vale 1 bilhão de dólares*. *Canaltech*. <https://canaltech.com.br/curiosidades/Airbnb-Plataforma-de-de-hospedagens-traz-opcoes-para-todo-o-tipo-de-turista/>
- OECD. (2005). *Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação* (3ª ed.). FINEP.
- Pezzi, E., & Santos, R. J. d. (2012). *A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing*. In anais do VII Seminário de Pesquisa e Turismo do Mercosul. Turismo e Paisagem - relação complexa. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul.
- Pina, J. (2020, Abril 19). *Copan, São Paulo: a vida no maior complexo residencial do país durante a pandemia*. *National Geographic*. <https://www.nationalgeographicbrasil.com/cultura/2020/04/copan-sao-paulo-panelaco-centro-pandemia-covid-19-coronavirus-niemeyer-economia>
- Piran, F. A. S., Neves, C. T., Sordi, J. D., & Nunes, F. L. (2018). *A economia compartilhada e a percepção de seus efeitos por parte dos estudantes de uma instituição de ensino superior*. *Consumer Behavior Review*, 2(Special Edition), 69-80.
- Porter, M. E. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais*. Elsevier.
- Rabahy, S. M. L. A. (2005). *Mercado de turismo sob o prisma de seus segmentos de consumo: uma abordagem do perfil psicológico do consumidor do turismo*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].
- Robbins, S. P. (2000). *Administração: Mudanças e perspectivas* (C. Kinipel, Trad.). Saraiva.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Comportamento do consumidor*. Aleph.
- Sebrae. (2015). *Turismo de Experiência*. Sebrae.
- Silva, M. B. de O. da, Arruda, D. de O., Souza, A. G. R. da. (2019). *Como os turistas percebem os atributos de atrativos turísticos em Bonito (MS)? Uma análise com base em comentários publicados no Tripadvisor*. *Turismo: Visão e Ação*, 21(2), 150-172.
- Smith Travel Research. (2017). *Airbnb & hotel performance: An analysis of proprietary data in 13 global markets*.
- Snyder, S. J. (2010, Outubro 25). *Home Sweet Hotel?* *Time*. <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2025574,00.html>
- Soares, A. L. V., Mendes Filho, L. A. M. (2016). *Turismo e hospedagem compartilhada: o uso do Airbnb por turistas em Natal/RN*. *CULTUR*, 10(2), 33-38.



Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (2ª ed.). Bookman.

Zeithmal, V. A. (1988). Consumer perception of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Ana Júlia Scortegagna Socal: Concepção, fundamentação teórica, desenvolvimento metodológico, coleta e análise dos dados e redação do texto.

Aline Britto Fialho: Concepção, fundamentação teórica, desenvolvimento metodológico, coleta e análise dos dados e redação do texto.

Caroline Ciliane Ceretta: Orientação, revisão e edição do texto.