



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo

**ESTUDO DA ECONOMIA COLABORATIVA PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE BRASÍLIA**

LAÍSA MORAIS ALCÂNTARA

ORIENTADOR: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

Brasília – 2017

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo

**ESTUDO DA ECONOMIA COLABORATIVA PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE BRASÍLIA**

LAÍSA MORAIS ALCÂNTARA

ORIENTADOR: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Brasília – 2017

ALCÂNTARA, Laísa Morais.

ESTUDO DA ECONOMIA COLABORATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO DE BRASÍLIA. 83 páginas

Monografia – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2017.

Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

1. Turismo. 2. Economia Colaborativa. 3. Desenvolvimento. 4. Brasília.

CDU

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

**Centro de Excelência em Turismo
Graduação de Nível Superior em Turismo**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**ESTUDO DA ECONOMIA COLABORATIVA PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE BRASÍLIA**

LAÍSA MORAIS ALCÂNTARA

Aprovado por:

Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso (CET/UnB)

Banca Examinadora: Prof. Dra. Helena Araújo Costa (ADM/UnB)

Banca Examinadora: Prof. Dra. Natália de Souza Aldrigue (CET/UnB)

Brasília, 7 de dezembro de 2017

AGRADECIMENTOS

Para tornar possível a realização deste trabalho de conclusão de curso, agradeço, primeiramente, aos meus pais, Lionete e Ernandes, minha tia e segunda mãe, Valderez, e à minha irmã, Leilane, pelo apoio de toda uma vida, em todos os aspectos e sem exceções, sem o qual, talvez, não tivesse chegado até aqui.

É, ainda, de extrema importância agradecer aos meus outros familiares próximos, por todos os incentivos, ao meu namorado, Arthur, por toda a paciência e companheirismo, e ao meu cunhado/irmão, Alisson, que acompanharam todo o processo a me incentivar, amigos e colegas de vida, de faculdade, e do período de estágio no Ministério do Turismo, pela torcida e compreensão. Além dos entrevistados, que foram muito solícitos e prestativos.

É evidente que sem os ensinamentos, incentivos e inspirações de todos os professores que tive a oportunidade de ter durante minha graduação, tudo poderia ter tomado caminhos diferentes.

A Universidade de Brasília e o seu Centro de Excelência em Turismo são lugares amados, que me acolheram, e têm eterna importância em minha vida por isso. Merecem agradecimentos especiais no ato de conclusão deste curso, assim como seus servidores e funcionários, que tornaram essa estrada mais leve e humana.

Por fim, e não menos importante, agradeço ao meu orientador, João Paulo Faria Tasso, por toda a disponibilidade, paciência e boa vontade de sempre ajudar e orientar-me da melhor forma possível, para que este trabalho pudesse ser realizado de forma adequada, e da maneira como eu almejava, por mais abstrato e difícil que pudesse parecer à primeira vista.

RESUMO

A presente monografia tem como objeto o estudo da economia colaborativa no processo de desenvolvimento do turismo em Brasília - Distrito Federal. A cidade de Brasília possui como principais potenciais a sua miscigenação cultural, e a sua arquitetura e urbanismo ímpares, que lhe concederam os títulos de “Patrimônio Cultural da Humanidade” e “Cidade do Design” da UNESCO, além dos seus altos índices de desenvolvimento humano e de PIB, do qual quase 50% diz respeito ao setor de serviços, fora os serviços da administração pública. Está entre os maiores *hubs* aéreos do país, e entre as cidades que mais recebem eventos no Brasil. Porém, os seus índices de desigualdade socioeconômica também são elevados. Pela sua dimensão territorial, possui uma frota automobilística notória e, a partir dos programas governamentais, percebe-se demandas por melhorias voltadas à ampliação da participação popular, melhorias na mobilidade urbana, na segurança, fomento à cultura de forma inclusiva, melhoria na gestão de resíduos sólidos, além de ações com foco numa maior interação entre a população local e os visitantes com a natureza. O estudo teve como objetivo identificar, a partir dos pressupostos da economia colaborativa, as principais contribuições para o desenvolvimento turístico de Brasília. Este estudo foi realizado de forma exploratória, com abordagem qualitativa, dividida em três etapas: pré-campo (levantamento bibliográfico e documental), campo (estudo de caso de Brasília por meio de entrevistas semiestruturadas), e pós-campo (análise de conteúdo dividida por temas e categorias de análise). Os entrevistados foram um sócio-fundador da plataforma Fleety (compartilhamento de carros), um servidor e representante do Ministério do Turismo, e três representantes da Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo de Brasília. Dentre outros resultados da pesquisa, foram evidenciadas como possíveis contribuições da economia colaborativa na dinâmica turística local: fatores como fortalecimento da presença digital de empresas e destinos; redução de custos para o consumidor; criação de oportunidades de empreendedorismo; além da promoção da criação de relações de confiança entre indivíduos e do seu surgimento a partir de demandas da população.

Palavras-chave: Turismo. Economia Colaborativa. Desenvolvimento. Brasília.

ABSTRACT

The present monograph aims to study the collaborative economy in the process of tourism development in Brasília - Distrito Federal. The city of Brasília has as main potential its cultural miscegenation, and its unique architecture and urbanism, which awarded it the titles of UNESCO's "Cultural Patrimony of Humanity" and "City of Design", in addition to its high human development indexes and GDP, of which almost 50% concerns the services sector, outside the public administration services. It is among the largest air hubs in the country, and among the cities that most receive events in Brazil. However, their rates of socioeconomic inequality are also high. Due to its territorial dimension, it has a notorious automobile fleet and, from the governmental programs, it is perceived demands for improvements aimed at the expansion of popular participation, improvements in urban mobility, safety, promotion of culture in an inclusive way, improvement in the management of solid waste, as well as actions focused on a greater interaction between the local population and visitors with nature. The objective of this study was to identify, from the collaborative economy assumptions, the main contributions to the tourism development of Brasilia. This study was conducted in an exploratory way, with a qualitative approach, divided into three stages: pre-field (bibliographic and documentary survey), field (Brasilia case study through semi-structured interviews), and post-field (content analysis divided by themes and categories of analysis). The interviewees were a founding partner of the Fleety platform (car sharing), a server and representative of the Ministry of Tourism, and three representatives of the Secretary of Sport, Leisure and Tourism of Brasília. Among other results of the research, the possible contributions of the collaborative economy in local tourism dynamics were evidenced: factors such as strengthening the digital presence of companies and destinations; cost reduction for the consumer; creation of entrepreneurship opportunities; besides promoting the creation of trust relations between individuals and their emergence from the demands of the population.

Keywords: Tourism. Collaborative Economy. Development. Brasilia.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Sistema turístico de Leiper (1979)	19
Figura 2: SISTUR de Beni (2001)	21
Figura 3: Ciclo de Crescimento	24
Figura 4: Sharing Economy, Collaborative Economy e Peer Economy	32
Figura 5: Papéis dos agentes econômicos economia tradicional x economia colaborativa	33
Figura 6: Atividades mais relevantes na economia colaborativa do Brasil	36
Figura 7: Mapa de Brasília e seus limites geográficos	45
Figura 8: Mapa das subdivisões administrativas do DF	45
Figura 9: Ponte JK (esquerda superior), Torre de TV (direita superior), Pontão do Lago Sul (esquerda inferior), vista da Torre de TV (direita inferior)	52
Figura 10: Vista aérea de parte do Parque da Cidade Sarah Kubitschek	53
Figura 11: Print de tela do aplicativo Fruit Map, mostrando as árvores frutíferas da capital.	54
Figura 12: Cachoeira na Chapada Imperial	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: IFDM e suas áreas de desenvolvimento avaliados na evolução anual entre 2005 e 2013 de Brasília 49

LISTA DE ABREVIACÃO E SIGLAS

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

PIB – Produto Interno Bruto

GDP – *Gross Domestic Product* (Produto Interno Bruto)

DF – Distrito Federal

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OTDF – Observatório do Turismo do Distrito Federal

ONU – Organização das Nações Unidas

OMT – Organização Mundial do Turismo

IRTS – *International Recommendations for Tourism Statistics* (Recomendações Internacionais para Estatísticas de Turismo)

SISTUR – Sistema de Turismo

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

EUA – Estados Unidos da América

APP – Aplicativo

RA – Região Administrativa

CODEPLAN – Companhia de Planejamento do Distrito Federal

IFDM – Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

FJP – Fundação João Pinheiro

UF – Unidade Federativa

ICCA – *International Congress & Convention Association* (Associação Internacional de Congresso e Convenções)

FECOMERCIO DF - Federação do Comércio do Distrito Federal

VIIBRA – Visitação Institucional Integrada em Brasília

JK – Juscelino Kubistchek

TV - Televisão

IBRAM DF – Instituto Brasília Ambiental

UC – Unidade de Conservação

ICMBIO – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

APA – Área De Proteção Ambiental

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

P2P – *Peer to Peer* (Pessoa para pessoa)

SPC Brasil – Serviço de Proteção ao Crédito do Brasil

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE GRÁFICOS.....	8
LISTA DE ABREVIACÃO E SIGLAS.....	9
INTRODUÇÃO	11
Objeto.....	11
Justificativa	11
Objetivo geral	14
Objetivos específicos	14
CAPÍTULO 1 - DISCUSSÃO TEÓRICA	16
1.1. Aspectos conceituais do Turismo	16
1.2. Modelos econômicos clássico e alternativos	23
1.2.1. Economia Colaborativa.....	28
1.4. A relação entre Economia Colaborativa e Turismo.....	34
CAPÍTULO 2 - CONTEXTUALIZAÇÃO.....	38
2.1. Exemplos – principais iniciativas no mundo	38
2.2. Exemplos – principais iniciativas no Brasil	40
2.3. Exemplos – principais iniciativas em Brasília (DF).....	42
2.4. Contextualização do <i>loco</i> de pesquisa.....	44
2.4.1. Aspectos territoriais, Demografia e Localização	44
2.4.2. Aspectos Socioculturais	46
2.4.3. Aspectos Socioeconômicos	47
2.4.4. Aspectos Turísticos.....	50
2.4.5. Aspectos Socioambientais.....	53
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA.....	57
CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS.....	74
APÊNDICES.....	80

INTRODUÇÃO

Objeto

A presente monografia tem como objeto central o estudo sobre os impactos da economia colaborativa no processo de desenvolvimento do turismo em Brasília - DF.

O *loco* de estudo, definido para esta pesquisa, foi Brasília¹ (DF), capital do Brasil. A unidade federativa tem uma população estimada de 3.039.444, para o ano de 2017 (IBGE, 2017).

Justificativa

A crescente preocupação com os impactos sociais e ambientais causados pelos altos padrões de consumo, baseados em estilos de vida de uso intensivo de recursos naturais, tem levado governos, organizações não-governamentais, empresas, institutos de pesquisa e universidades, dentre outros atores interessados, a tratar do tema em suas agendas (ROPKE, 1999). Essa preocupação tem como uma das medidas de solução remediadora o incentivo ao chamado desenvolvimento sustentável.

Considera-se, para este trabalho, o conceito de Desenvolvimento Sustentável amplamente difundido, desde o Relatório Brundtland, em 1987. Em uma tradução livre do documento, o Desenvolvimento Sustentável é aquele que “(...) atenda às necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades”. O entendimento é de que o Desenvolvimento Sustentável pressupõe o atendimento das necessidades básicas de todos, estendendo a todos a oportunidade de satisfazer suas aspirações para uma vida melhor (RELATÓRIO DE BRUNDTLAND, 1987).

¹ Para o presente estudo, a área considerada Brasília é referente ao conjunto de Regiões Administrativas, também denominado Distrito Federal, já que, geograficamente, os dois representam a mesma localidade e integram a mesma Região Integrada de Desenvolvimento.

Com base nesse modelo de desenvolvimento emergente surgiram novas formas de consumo e de circulação de capital, de bens e de serviços. Sabe-se que as relações de consumo baseadas no aluguel, empréstimo ou troca, ao invés de compra e venda, não se tratam de uma novidade. Mas a Internet, tão crucial no estilo de vida do século XXI, multiplicou e ampliou a maneira como isso pode ser realizado, pois uniu pessoas com interesses em comum ou complementares, proporcionando meios para que elas tomem conhecimento disso.

O conceito de “economia colaborativa”, decorrente desse processo, surge de um sistema econômico de redes e de negócios descentralizados, que buscam dar valor a itens subutilizados, por meio da combinação de quem os tem disponíveis com quem os necessita, de maneira que não demande intermediários tradicionais (BOTSMAN, 2015).

Isso quer dizer que há quem tenha itens ou habilidades subutilizadas, e há quem necessite de acesso a esses mesmos itens ou serviços. Essas pessoas podem, então, colaborar umas com as outras, numa relação em que ambos saiam ganhando (“*win-win*”) por meio de “trocas de favores”. Atualmente, há indícios de que tais relações vêm mudando as formas de consumo. O fator apresentado é o ponto alto que torna o fenômeno da economia colaborativa, essencialmente recente, amplamente disseminado.

Algumas formas de contribuir com o desenvolvimento sustentável são moedas locais ou moedas não tradicionais, que vão contra a hegemonia do mercado tradicional, e apresentam potencial de mudança da conjuntura econômica, social e ambiental (SEYFANG; SMITH, 2007 apud MENEZES, 2016). Com o seu crescimento, percebeu-se que, tanto o padrão de consumo, quanto a produção dos bens e serviços que a sociedade precisa, poderiam ser viabilizados pelo consumo colaborativo, que detém mecanismos mais cooperativos e comunitários, e que apareceu como um forte componente capaz de contribuir com o desenvolvimento sustentável (MENEZES, 2016).

Porém, as discussões teóricas acerca desses assuntos estão sendo realizadas, principalmente, em países europeus e norte-americanos. Assim,

existe uma carência de estudos que abordam tais modalidades no contexto brasileiro (MAURER, FIGUEIRÓ *et al.*, 2012).

Ademais, o consumo colaborativo tem ganhado força em todo o mundo, mas no Brasil, tanto as iniciativas quanto os estudos ainda são incipientes (MENEZES, 2016). Isso acontece porque, dentre outros motivos, tal modo de consumo ganha cada vez mais força mundialmente, especialmente devido às mais recentes crises econômicas que atingiram grandes potências mundiais. Isso fez com que práticas alternativas de consumo se tornassem mais populares e se expandissem para vários outros países, mas que ainda podem ser consideradas relativamente recentes.

A inovação tecnológica pode transformar a sociedade por suas inúmeras contribuições, contudo,

(...) a solução definitiva está na forma como as pessoas utilizam as tecnologias nos modos de produção, distribuição, investimentos e consumo, calcados nos valores direcionadores, estão alinhados em um sistema sustentável (BABER, 2010 apud VERGRAGT; AKENJI; DEWICK, 2014 in MENEZES, 2016 p. 24).

Em novos modelos alternativos de economia em expansão, como é a economia colaborativa, a moeda passa a ser substituída, de “dinheiro efetivo” para “reputação” de prestadores de serviço ou vendedores, em que as avaliações de outros clientes, ou de outros usuários, são mais importantes na hora da decisão, mediante a confiabilidade.

Práticas desse tipo podem gerar um grande impacto ao atuarem combatendo os altos padrões de consumo, oportunizando a mudança de comportamento, e atuação mais coletiva e menos individualista, e influenciando o consumidor a preterir o *ter*, para focar no *acessar, colaborar e compartilhar* (BRICENO; STAGL, 2006 apud AZEVEDO, 2016).

Em observância aos fatores expostos e ao crescimento, em nível mundial, de empresas de natureza colaborativa, como o *AirBnB*, o *Couchsurfing*, entre várias outras, este trabalho se justifica, portanto, pela necessidade de estudo das contribuições que esses novos modelos de economia e de consumo podem proporcionar ao setor de turismo de maneira geral. E ainda, como movimentos de consumo colaborativo e de desenvolvimento sustentável podem

favorecer o processo de desenvolvimento do turismo, particularmente na capital federal, Brasília.

Parte-se do pressuposto de que o destino Brasília é visto de maneira permeada de estereótipos, que acompanham seu *status* de capital federal como a burocracia, a seriedade e os preços altos. E, ainda, se faz necessário levar em consideração os perfis de turistas que mais visitam a cidade, os quais, de acordo com o Observatório de Turismo do Distrito Federal (OTDF), são, em sua maioria, turistas de negócios e eventos ou em passeio para ver amigos e familiares.

A partir disso, com um alto potencial turístico em diversos outros segmentos, como o de Turismo Cultural e de Turismo de Natureza, por exemplo, e de incentivo a um maior acesso por parte da população brasileira à sua capital federal, a valorização e a projeção de iniciativas de consumo colaborativo poderia gerar impactos positivos no setor turístico da cidade. Favorecer seus aspectos positivos poderia contribuir, ainda mais, com a redução dos impactos do consumo excessivo, ampliar o acesso das pessoas a determinados produtos e serviços, e permitir maior interação entre os consumidores adeptos da nova forma de consumo em questão. Assim como, atrair esses novos perfis de turistas a visitar a cidade, mostrando como ela pode ser vista de vários outros ângulos, além dos comuns estereótipos.

O justificado crescimento de práticas de consumo colaborativo no mundo faz com que o presente trabalho seja importante, também, a futuros estudiosos que planejem explorar o assunto, sob diferentes enfoques, por auxiliar o desenvolvimento de pesquisas referentes à economia colaborativa e o turismo na cidade, contribuindo para melhor entendimento do tema que está em pleno desenvolvimento.

Objetivo geral

Identificar, a partir dos pressupostos da economia colaborativa, as principais contribuições para o desenvolvimento turístico de Brasília.

Objetivos específicos

- Abordar as principais discussões teóricas sobre economia colaborativa e turismo;

- Levantar informações sobre iniciativas de economia colaborativa no mundo, no Brasil e em Brasília (exemplos);
- Contextualizar, multidimensionalmente, o *loco* de pesquisa, quanto aos aspectos sociocultural, territorial, socioeconômico, turístico e socioambiental;
- Analisar os resultados obtidos e refletir criticamente sobre o contexto abordado.

O presente trabalho foi organizado de modo a traçar uma linha de raciocínio que leve o leitor a compreender a relevância de estudo do tema apresentado, e suas informações centrais. Sendo assim, foi dividido em quatro capítulos: Capítulo 1 (discussão teórica acerca dos principais conceitos relacionados ao objeto de estudo); Capítulo 2 (contextualização do *loco* de pesquisa, de forma a identificar problemas e lacunas de oportunidades referentes aos contextos socioeconômico, socioambiental, territorial, sociocultural e levantamento de informações sobre exemplos de economia e consumo colaborativo nas escalas mundial, nacional e local); Capítulo 3 (descrição dos aspectos metodológicos utilizados na pesquisa) e; Capítulo 4 (análise dos resultados obtidos por meio da pesquisa de campo e de gabinete, em concordância aos objetivos deste estudo).

CAPÍTULO 1 - DISCUSSÃO TEÓRICA

O primeiro capítulo deste trabalho de conclusão de curso traz a discussão teórica, em que a ordem lógica seguida começa nos aspectos conceituais da área de estudo da obtenção de grau, Turismo, seguido por uma breve explanação histórica da área correlata, Economia, delineando as discussões a alguns modelos econômicos alternativos ao modelo tradicional, capitalismo, e chegando à chamada Economia Colaborativa, e a sua relação direta com o Turismo.

1.1. Aspectos conceituais do Turismo

A concepção epistemológica do turismo é relativamente recente, e na medida em que se tornou mais frequente, surgiu a necessidade de melhores estruturas de entendimentos que o problematizassem e que desmistificassem a sua complexidade intrínseca. Na busca por definições mais abrangentes e profundas, tentativas de o melhor conceituar começaram a surgir.

O primeiro registro da palavra “turismo” se deu em 1800, pelo *Pequeno Dicionário de Inglês Oxford*, para o qual o turismo era a “teoria e prática de viajar, deslocar-se por prazer. Uso, depredação”. A partir de então, diversas tentativas de conceituação surgiram aos poucos, mas uma homogeneização de entendimentos acerca da sua definição dificilmente acontecia (MOESCH, 2002).

Em 1930, Morgenroth o conceituou como:

(...) tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência, para se deter em outro local, com o objetivo de satisfazer suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais.

Aos poucos apareciam algumas características que remontam ao que é estudado hoje sobre a epistemologia do termo: em 1937, a Sociedade das Nações, precursora da Organização das Nações Unidas (ONU), determinou que turista é a “pessoa que viaja durante 24 horas ou mais por qualquer outro país distinto a sua residência habitual”. Até então, de forma geral, as conceituações

insurgentes enfatizavam o volume turístico, e sua vertente econômica benéfica para os núcleos receptores (MOESCH, 2002).

No pós-guerra, momento do *boom* turístico, houve maior atenção e surgimento de estudos acerca do fenômeno, que cada vez mais se popularizava. Com isso, conceituações mais diversificadas tomaram a frente na discussão. Os suíços Hunziker e Krapf (1942) entendiam turismo como

(...) conjunto das relações e dos fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa (BARRETO, 2006, p. 11).

Em 1945, a ONU adotava a definição que limitava de 24 horas até um ano a viagem, para fora de seu país habitual. Passou-se a dar ênfase conceitual aos deslocamentos por si só. Até que se levantou um conceito mais abrangente:

(...) turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-interpretas que o núcleo deve habilitar, para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem, para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras (...) uma espécie de efeito multiplicador moral ou cultural (FUSTER, 1974, apud MOESCH, 2000 p. 11).

Reduzida à vertente econômica, a análise do turismo traz muitos índices estatísticos, projeções de crescimento, estudos de demanda, viabilidade econômica de investimento, custo-benefício entre produção e consumo, entre outros (MOESCH, 2002). Em alternativa ao ponto de vista que reduz o fenômeno à prática econômica, está a defesa de que o turismo deveria ser tratado como uma ciência, pois além de ser parte das ciências sociais, é de interesse de diversos outros campos do conhecimento, como economia, sociologia, geografia e psicologia (SESSA apud MOESCH, 2002).

Criada em 1975, a Organização Mundial do Turismo (OMT), agência especializada das Nações Unidas, passou a ser um órgão que, em caráter mundial, é responsável pela promoção de um turismo responsável, sustentável e universalmente acessível (OMT, 2017). Desde a sua fundação, a OMT detém

a direção mundial na condução de estudos e de fomento do turismo, sendo a maior referência de conhecimentos práticos sobre o setor (BADARÓ, 2007 apud DANTAS E BRANCO, 2015).

Essa Organização, ao longo do tempo, elaborou alguns conceitos, amplamente adotados entre seus países-membros. O conceito mais disseminado diz que turismo

compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT apud DANTAS E BRANCO, 2015, p. 49).

Não só como atividade, essa Organização entende turismo como um “fenômeno social, cultural e econômico relacionado ao movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência usual, sendo o prazer a motivação mais frequente” (IRTS, 2008, p. 1).

A partir das orientações da OMT cada Estado adota suas próprias definições de turismo, como a do Brasil, segundo a Lei nº 11.771/08, em seu artigo 2º, que “considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (LEI 11.771, 2008).

Alguns autores e pesquisadores da área o entendem como um fenômeno social complexo e sistêmico, intangível, imaterial e perecível. Um fenômeno social complexo que, devido à sua dinamicidade e abrangência multidisciplinar, inclui também necessidades, anseios e desejos humanos, assim como suas motivações psicológicas, fundamentais no estudo e na definição do que é o turismo (PANOSSO NETO; NECHAR, 2014).

E vários modelos sistêmicos já foram aplicados ao campo turístico, a partir da Teoria Geral de Sistemas, desenvolvida por Bertalanffy. Segundo Vasconcellos (2002), Bertalanffy considerava sistema

amplamente a qualquer unidade em que o todo é mais do que a soma das partes. Assim, um sistema é um todo integrado cujas propriedades

não podem ser reduzidas às propriedades das partes, e as propriedades sistêmicas são destruídas quando o sistema é dissecado.

Assim percebe-se porque o fenômeno turístico é sistêmico: ele é muito maior do que a soma de suas partes, e, se divididas, não correspondem ao todo que é o turismo.

O primeiro registro de aplicação da teoria de sistemas no turismo foi de Raymundo Cuervo, em 1967, no México. Em sua proposição, ele explica, a partir conjuntos matemáticos o fenômeno turístico, com objetivo de apresentá-lo como sistêmico. No entanto, a sua proposta não foi amplamente disseminada e aceita (PANOSSO NETO; LOHMANN, 2008).

O modelo de sistema turístico desenvolvido por Leiper (1979) possui maior aceitação no âmbito global e pode ser visto na **Figura 1**. Os principais motivos apontados para sua disseminação e aceitação são sua flexibilidade, simplicidade, interdisciplinaridade e a inter-relação de seus elementos (COOPER, 1998). Neste modelo, o autor trouxe de forma mais abrangente e complexa os ambientes impactados e correlatos ao turismo e mostra a relação cíclica entre a partida e a chegada entre a origem e o destino de um turista.

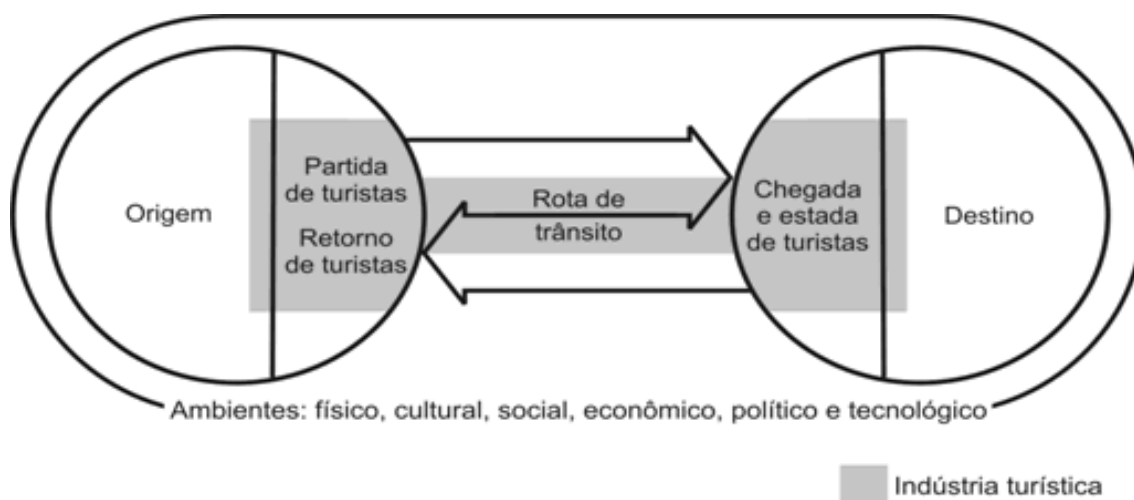


Figura 1: Sistema turístico de Leiper (1979)

Fonte: Modelos teóricos aplicados al turismo, 2007

Apesar disso, no Brasil, o modelo de sistema de turismo mais conhecido e estudado é o SISTUR, de Beni (2001), **Figura 2**. O modelo foi exitoso ao incorporar as inter-relações do turismo com outros campos de

atividades humanas, a sua organização, operacionalização e subsistemas. Esses fatores tornaram o SISTUR abrangente e complexo, por isso é aceito e utilizado nos estudos tanto do *trade* quanto da academia, especialmente brasileiras (PANOSSO NETO; LOHMANN, 2008).

Beni, em seu SISTUR, **Figura 2**, dividiu a engrenagem turística em três conjuntos, tornando claras as inter-relações. Há o conjunto das Relações Ambientais, o da Organização Estrutural e o das Relações Operacionais. E os componentes de cada conjunto são os chamados subsistemas, neles estão incluídos desde a gestão pública de turismo, até a operacionalização do mercado e a efetivação das viagens, passando pelos aspectos incluídos e impactados por elas em cada ambiente em que se desenvolvem.

Para esta pesquisa turismo é entendido como um fenômeno social, cultural e econômico complexo, que compreende tanto as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidades diversas, quanto toda a ciência dos sistemas e equipamentos que esses deslocamentos envolvem e suas logísticas. Portanto, que demanda uma análise sistêmica para melhor compreensão de sua complexidade.

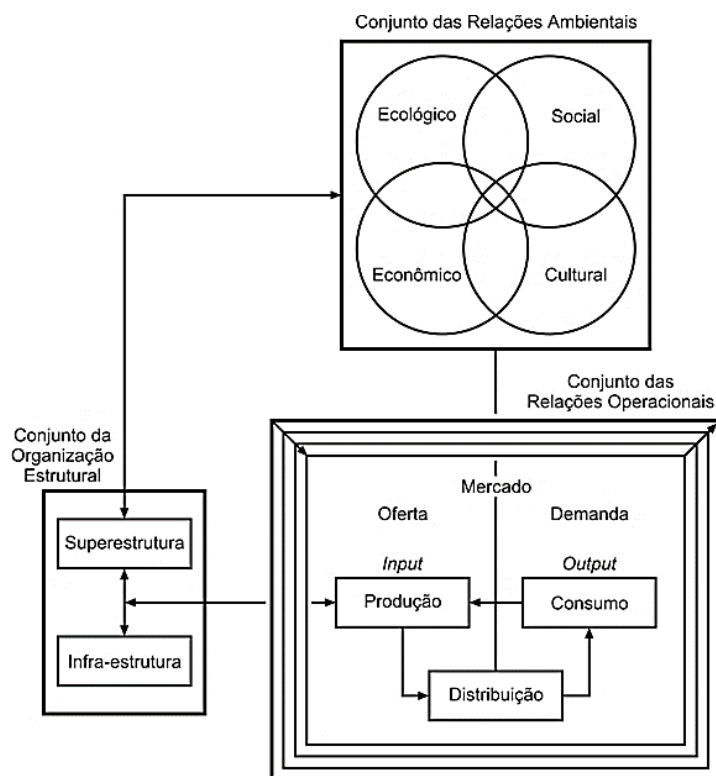


Figura 2: SISTUR de Beni (2001)

Fonte: Modelos teóricos aplicados al turismo, 2007

Após a apreensão da complexidade do fenômeno turístico, suas inter-relações e sua interdisciplinaridade, sabe-se que, ao mesmo tempo em que os mais diversos fatores, externos e internos, geram impactos à prática humana, ao ser realizado, este também impacta em variados campos externos a si. Por isso é que os impactos econômicos, sociais e ambientais, positivos e negativos, devem ser incessantemente pensados, não só pela academia, como também pelo *trade* (mercado) turístico.

O turismo é, muitas vezes, visto pelo *trade* e por governantes como um importante gerador de divisas, de empregos e de distribuição de renda. Por isso, o seu espaço em variadas agendas governamentais é quase sempre garantido. Esse é, inclusive, um dos impactos positivos que o turismo pode gerar em uma localidade. No entanto, o crescimento do fluxo turístico em determinado destino pode ocasionar o aumento da inflação local, dependência econômica do turismo e marginalização da população para fora do polo turístico (OMT, 2001).

Ainda no âmbito econômico, o turismo gera o que é chamado de efeito multiplicador. O efeito multiplicador nada mais é do que um ciclo dentro do setor econômico: a demanda por um serviço afeta a demanda por bens e serviços anteriores àquele serviço final. Tudo o que é necessário para que se possa ser fornecido o produto final (OMT, 2001).

No sentido do encontro de pessoas de diferentes culturas, os impactos dependem muito da forma como o turismo se manifesta na localidade receptora. Um impacto indireto, com mudanças sociais decorrentes do turismo, pode também ser gerado e, inclusive, afetar moradores que não têm contato direto com os turistas (OMT, 2001).

O desenvolvimento do turismo em uma localidade muitas vezes acarreta em melhorias nas condições sanitárias e de infraestrutura geral, como iluminação, coleta de lixo, serviços de saúde e de comunicação, entre outras. Porém, ele mesmo gera uma quantidade maior de lixo e de poluição, maior demanda por serviços de saúde, de comunicação, de transportes e de recursos hídricos, concorrendo com a população e, por vezes, sobrecarregando a capacidade do destino atender a todos (OMT, 2001).

É imprescindível, ainda, considerar a irreversibilidade da degradação de recursos naturais e da biodiversidade que o turismo pode ajudar a causar, mas sem deixar de lado a capacidade que o turismo tem de ser veículo de conscientização ambiental. É uma atividade que pode tanto estimular a valorização e o fortalecimento da cultura receptora, como desencadear um quadro de descaracterização e espetacularização de estereótipos culturais (OMT, 2001).

O turismo pode ser de grande importância para o desenvolvimento e para o aumento da qualidade de vida de uma região, como pode agir também de forma contrária. Tudo isso depende de como ele é desenvolvido e praticado em cada destino. Essa crescente preocupação acerca da sustentabilidade, do modo de vida da população mundial, aponta para a disseminação do Desenvolvimento Sustentável. E não é diferente com o turismo, visto a sua grande capacidade de transformação nos destinos em que se instala.

Passou a ser muito defendida a prática do Turismo Sustentável, pautada no desenvolvimento responsável do turismo, e atendimento das dimensões da sustentabilidade, de acordo com as premissas difundidas do Desenvolvimento Sustentável.

O Turismo Sustentável foi definido pela OMT (1995) como aquele ecologicamente sustentável, de longo prazo, economicamente viável, assim como ético e socialmente equitativo para as comunidades locais. Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano (IRVING; BURSZTYN et al, 2005, p. 3).

Sendo assim, essa forma de desenvolvimento do turismo deveria estar presente em todos os segmentos, gestão dos ambientes de forma a ser continuada indefinidamente (IRVING; BURSZTYN et al, 2005), observando a capacidade de carga dos destinos e do ambiente, de modo a traçar um planejamento para seu bem desenvolver.

1.2. Modelos econômicos clássico e alternativos

A ciência econômica é vista como o estudo de como a sociedade administra seus recursos escassos. O modelo econômico mundialmente presente, considerado clássico, é o capitalista. Esse modelo econômico é pautado na ideia de crescimento econômico, que tem como alavanca a industrialização, a obtenção de lucro e, como consequência, cada vez mais consumo, por isso é tido como individualista e gerador de exclusão social (DIEGUES, 1992).

Esse modo de produção industrial foi desenvolvido exponencialmente desde as Revoluções Industriais na Inglaterra do século XIX, e perdurou fortemente até meados da década de 1960, priorizando a economia de mercado em detrimento das formas de organização social não capitalistas (DIEGUES, 1992).

A economia tradicional, também chamada de clássica, é baseada em algumas premissas: a de que os recursos são escassos e, portanto, não precisaríamos nos preocupar com os bens considerados não escassos; a segunda premissa é de que o ser humano é autointeressado, ou seja, prioriza o

individual ao que é coletivo; e a terceira é de que os seres humanos são motivados por incentivos. (HADDAD, 2017)

Há um mito em torno do crescimento econômico e do progresso linear, em que há a crença de que quanto mais crescimento melhor, pois gera mais trabalho, mais renda, mais consumo, uma maior produção e assim sucessivamente, alimentando sempre o modelo capitalista, que é pautado nessa lógica. Criou-se então um modelo ilustrativo de como seria esse ciclo, que pode ser visualizado na **Figura 3**.

Ciclo de Crescimento



Figura 3: Ciclo de Crescimento

Fonte: Covalski, 2016 adaptado de Krippendorf, 2000.

Thomas Malthus (1798) já havia postulado um crescimento demográfico mundial muito maior do que a capacidade de produção de alimentos, gerando uma situação catastrófica em que a única medida remediadora seria o controle demográfico severo. Ao longo do tempo, suas ideias inspiraram uma reformulação da solução. Surgiu, então, o movimento neomalthusiano ("neomalthusianismo"), no pós-guerra do século XX. Seguindo essa linha de pensamento, várias medidas de controle demográfico foram adotadas por organizações mundiais (MIRANDA, 2009).

Ainda na corrente neomalthusiana, o entendimento é de que essa tensão demográfica aumenta a demanda industrial e, por consequência, o esgotamento de recursos naturais. Foi na década de 1960 que alguns estudiosos começaram a perceber, e a analisar, os impactos negativos gritantes que esse modelo de desenvolvimento linear e progressivo estava provavelmente gerando.

A preocupação com a relação homem-natureza nas sociedades modernas começou a aumentar. O grande golpe a essa sociedade de consumo foi dado pelas crises do petróleo, alertando-a da finitude dos recursos naturais e da necessidade de uso consciente dos mesmos (DIEGUES, 1992).

O desequilíbrio ambiental tornou-se, aos poucos, mais evidente, na medida em que estudos eram publicados e os resultados do modo de produção ininterrupta eram testemunhados. Foi no crescer desse debate, entre 1960 e 1970, que autores como Paul e Anne Ehrlich, Rachel Carson e Garrett Hardin publicaram seus estudos, reiterando a discussão sobre a finitude dos recursos em detrimento do modo de produção baseado no crescimento econômico, e no fato da pressão demográfica crescente no pós-guerra (LIMA, 2013).

Esses estudos chamaram atenção para a necessidade de uma revisão dos conceitos desenvolvimentistas, considerando as insurgentes evidências preocupantes, debate especialmente levantado pelo Clube de Roma, com a publicação “Limites do Crescimento”, em 1972.

A partir de então, elaborou-se modelos alternativos de desenvolvimento, entre os quais está o chamado Desenvolvimento Sustentável (DIEGUES, 1992). Independente da forma como o Desenvolvimento Sustentável é tratado, é fato que o mesmo tem sido amplamente incorporado nos estudos e nos debates no contexto do turismo (TASSO, 2014), assim como nos outros componentes de uma economia. Ele parte da ideia de que os modelos de desenvolvimento adotados mundialmente são inviáveis a longo prazo (DIEGUES, 1992).

A variável ecológica nas discussões de economia, política e justiça foi declarada imprescindível na Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1992). Ali foi determinado que a proteção ambiental é parte integrante do processo de desenvolvimento, e o assunto foi discutido interdisciplinarmente.

Alguns modelos econômicos que surgiram em alternativa ao modelo de produção hegemônico clássico (capitalismo) foram, dentre outros, a Economia Solidária, a Economia Ecológica, a Economia Verde, a Economia Budista e a Economia Criativa. Fundamentam-se na tese de que as contradições do capitalismo criam oportunidades de desenvolvimento de organizações econômicas com lógicas opostas às suas (SINGER, 2002).

A Economia Solidária é um modo de produção que parte da propriedade coletiva. A sua premissa é a igualdade de participação e de ganho, dentro de um processo econômico, pautando-se na associação e na cooperação entre iguais, para, igualmente, obter renda e melhores condições de vida (SINGER, 2002). Uma de suas características é a não priorização do lucro, alta produtividade e competitividade, mas sim, uma melhor autonomia do trabalhador, desenvolvimento local e comércio justo, que beneficie de forma justa o trabalhador e o consumidor (SOUZA; TEIXEIRA, 2014).

Entre os exemplos estão as associações, as cooperativas e, mais especialmente dentro do turismo, o Turismo de Base Comunitária, que aparece como uma demonstração dos pressupostos econômicos de cunho solidário: a comunidade se une, se organiza e se articula, para gerenciar e planejar o turismo em sua localidade, sem a intervenção ou intermediação dos convencionais detentores do contato direto com os clientes, a quem seriam fornecidos os serviços e os produtos de forma “terceirizada”. Nessa forma de organização da comunidade, as decisões e as estratégias são tomadas em conjunto, com base em uma autogestão participativa, assim como a realização das vendas.

A discussão sobre uma Economia Ecológica veio à tona na década de 1980, incluindo uma preocupação biofísica ao debate econômico. Essa abordagem é transdisciplinar, que parte da ideia de que a economia ecológica envolve diversas áreas do conhecimento (SOUZA; TEIXEIRA, 2014). Esse pensamento preocupa-se com o uso de recursos renováveis, num ritmo que não exceda sua taxa de renovação (MARTINEZ-ALÍER, 1998), e que seja pautado na escala em que o sistema econômico opere em relação ao ecossistema.

Já a Economia Verde, termo incorporado nos discursos sobretudo pós Rio+20, surge ampliando o debate sobre a escassez de recursos ecossistêmicos e a viabilidade econômica de seus usos. A Economia Verde está relacionada diretamente às mudanças climáticas: baixo carbono, eficiência energética, energia renovável, etc. (GOUVELLO, 2010; ESMAP, 2010 apud SAWYER, 2011). Basicamente, esta vertente trata da criação de empregos decentes e da valoração com objetivo de reduzir ou prevenir as mudanças climáticas, como exemplifica Young (2011):

(...) o conceito de economia verde propõe que a dinamização da economia deve se dar pela expansão de setores de baixo impacto ambiental, através do incentivo de ações como tecnologias limpas, energias renováveis, transportes verdes, gestão de resíduos, prédios verdes, agricultura sustentável, manejo florestal e pagamento por serviços ambientais (YOUNG, 2011).

Outro modelo econômico alternativo ao capitalista é o chamado de “Economia Budista”. Na economia convencional ou clássica o padrão de vida é medido diante do quanto se é consumido. Quanto mais se consome, maior seria o bem-estar proporcionado. Já para um economista budista a lógica é contrária: o objetivo seria atingir o maior bem-estar, com o mínimo consumo possível, ou seja, com o maior reaproveitamento de materiais e de recursos, e a mínima destruição. Neste pensamento econômico, portanto, não é inteligente ter dependência de importações, sendo muito mais benéfico a produção a partir de recursos locais, para as necessidades também locais (SCHUMACHER, 1966).

Por sua vez, o modelo entendido como “Economia Criativa”,

(...) se apresenta como um novo campo de estudos no qual emergem questões como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p. 361).

Esse modelo de desenvolvimento econômico tem como matéria-prima a criatividade no oferecimento de atividades, sobretudo sociais e culturais, incluindo o turismo. A ideia é a criação de algo novo, original, pessoal, significativo, real e inovador, para oferecer (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). A UNESCO manifestou-se a respeito, definindo os direcionadores de sua demanda em *design*, novas mídias e serviços criativos correlatos. Também ao acrescentar

que, além da criatividade, tem a possibilidade de uso das características culturais e sociais de cada país/região no desenvolvimento e na produção de bens e serviços, únicos e competitivos (UNESCO, 2010 apud COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011).

1.2.1. Economia Colaborativa

Diante das discussões sobre sustentabilidade cada vez mais presentes no cotidiano dos cidadãos e nas agendas governamentais, percebe-se a mudança de discurso: a relevância da inclusão da questão ambiental nos discursos é quase indiscutível. Mas a reversão da pressão das sociedades humanas sobre o ecossistema depende diretamente da alteração nos padrões de consumo atuais (ABRAMOVAY, 2012).

Depois do início da preocupação com as mudanças ambientais e climáticas no planeta, somada às grandes crises econômicas internacionais, a procura por alternativas mais acessíveis economicamente e, conseqüentemente, o surgimento de iniciativas com objetivo de mitigação desses problemas, levou a uma ascensão ideológica dos modelos econômicos, de produção e de consumo, que fogem à lógica estritamente consumista e capitalista da sociedade contemporânea até então.

Um passo grande até a possibilidade de isso acontecer foi o avanço tecnológico generalizado que se deu no período pós-guerra no século XX. As novas tecnologias, aos poucos, foram disponibilizadas à população. Esse advento da popularização tecnológica transformou profundamente a sociedade, criando um terreno favorável para o surgimento da economia da informação em rede. Isso significou a oportunidade de juntar pontas que estavam, antes, separadas e precisavam de um intermediário do sistema privado para juntá-las, mas que puderam conectar-se diretamente, por meio de redes, modificando suas relações.

Em adição aos fatores históricos, econômicos e tecnológicos mencionados, há de se considerar as mudanças comportamentais dos

consumidores de forma geral: cada vez mais consumidores têm se mostrado insatisfeitos com experiências de consumo massificadas e pré-formuladas, às quais têm tido acesso. Essas pessoas têm se preocupado em buscar por experiências de consumo mais autênticas e diferenciadas (THOMPSON, 2006 apud ROHDEN et al, 2015).

Na mesma linha, Fournier (1998) mostrou que essa insatisfação percebida desencadeia uma propensão dos consumidores em aderir e engajar-se em movimentos de resistência, como uma tentativa de sair do modelo predominante.

A produção dos bens de consumo basicamente diz respeito à transformação dos recursos naturais nesses bens, que, em sua maioria, acaba por, no fim, virar resíduo, embora seu objetivo seja o gozo da vida (ROEGEN, 1975 apud HADDAD, 2017), uma melhoria qualitativa na vida das pessoas. Cabe, então, a reflexão sobre como os modos de produção e a economia tradicionais, que prezam por um crescimento constante, têm gerado lixo e, talvez, não exatamente promovido essa melhoria qualitativa na vida do maior número possível de pessoas, catabolizando crescente insatisfação por parte dos consumidores.

Todo o cenário apresentado ofereceu um terreno fértil para o surgimento e para o fortalecimento dos modelos alternativos de economia, mas é importante ressaltar que o fenômeno se deu, de fato, a partir de um conjunto de fatores associados: além da oportunização tecnológica e das mudanças comportamentais e de comunicação, fatores econômicos foram cruciais nos momentos em que alternativas foram criadas.

As crises capitalistas foram oportunidades, desde que o capitalismo tomou forma, para novos ciclos de inovação social, especialmente no campo das economias sociais. Uma crise econômica foi iniciada nos Estados Unidos em meadas de 2007-2008, e no cenário das novas discussões ambientais, abriu-se caminho para transformações mais profundas no que diz respeito a como a sociedade encara a economia, e a busca por um desenvolvimento mais sustentável (CENTENARO, 2013).

O surgimento das sociedades em redes foi a reorganização de como as pessoas estavam conectadas. A sociedade em rede seria baseada em estruturas abertas, altamente dinâmicas, suscetíveis à inovação e ancoradas na globalização e na descentralização (CASTELLS, 1996 apud MATOS; BARBOSA; MATOS, 2016). Nessa sociedade em rede a conectividade é de forma distribuída, em que cada pessoa tem acesso direto a outras pessoas, e essa inovação trouxe profundas mudanças nas relações sociais e comerciais.

A colaboração despontou como uma novidade da sociedade conectada em rede, informacional e participativa, remodelando suas bases materiais (CENTENARO, 2013). A sociedade vem se tornando mais aberta e colaborativa também por meio da internet (CANETTI, 2005 apud CENTENARO, 2013).

É fato que há muita confusão entre definições de alguns conceitos semelhantes, como a “economia compartilhada” (*sharing economy*), a “economia colaborativa” (*collaborative economy*), a “economia entre pares” (*peer economy* – *P2P*), o de “serviços sob demanda” (*on-demand services*) e, ainda, um conceito mais recente e abrangente, conhecido por “economia híbrida” (*hybrid economy*). Serão esclarecidos a seguir.

A economia colaborativa é um sistema econômico de redes e mercados descentralizados ou distribuídos, constituídos de indivíduos e comunidades que resgatam o valor de bens subutilizados, ao combinar necessidades e detenção de forma que não necessite de instituições centralizadas como intermediários, transformando como as pessoas podem produzir, consumir, financiar e aprender (BOTSMAN, 2015). Um exemplo de instituição com essa natureza seria a plataforma *TimeRepublik*, de aprendizagem colaborativa.

A economia compartilhada, por sua vez, é um modelo econômico baseado no compartilhamento de itens ou serviços subutilizados, desde espaços até habilidades e coisas, de graça ou por benefícios monetários ou não monetários, diretamente entre indivíduos (BOTSMAN, 2015). Melhor compreendido ao analisar plataformas como a *Parpe*, de compartilhamento de carros.

A *peer economy* ou economia entre pares, é o mercado que facilita o compartilhamento e comércio direto de produtos e de serviços baseados na confiança entre os pares (BOTSMAN, 2013). Esse modelo de mercado está presente também nos mesmos exemplos citados acima, pois seu princípio é a unilateralidade da relação de mercado.

Há, ainda, os serviços sob demanda, conceito a partir do qual Botsman (2015) entende o popularizado sistema/aplicativo “Uber”. São plataformas que combinam uma necessidade do consumidor com fornecedores que, imediatamente, entregam esses bens e serviços. No entanto, essa é considerada uma outra modalidade, por não haver os princípios da colaboração ou do compartilhamento entre os usuários.

Os três conceitos – economia colaborativa, compartilhada e de pares – estão amplamente interligados e, muitas vezes, sobrepostos em uma só situação ou iniciativa, pois entre economia P2P e a colaborativa, por exemplo, o conceito da segunda é naturalmente pautado no princípio da primeira. Daí decorre seu uso disseminado, como um conceito unificado. Em comum, os três partem de um poder distribuído entre as pessoas, que se traduz em novos consumidores, não mais passivos, agora agentes. Todos os exemplos de plataformas acima citados estão melhor explicados no Capítulo 2, que se segue, em que foram selecionados variadas iniciativas que exemplificam os conceitos acima mencionados.

Esses novos modelos transformaram como as “necessidades” e as “posses” das pessoas podem se corresponder, promovendo um consumo com mais eficiência e confiança. Eles possuem como valores fundamentais de existência a colaboração, o empoderamento, a abertura e a humanidade entre os indivíduos. Resumidamente, houveram quatro válvulas de desencadeamento dessas forças econômicas, como mencionadas: inovação tecnológica, mudança de valores, realidades econômicas e pressões ambientais (BOTSMAN, 2013). A visualização conceitual pode ser conferida na **Figura 4**, a seguir.



Figura 4: *Sharing Economy, Collaborative Economy e Peer Economy*
Fonte: BOTSMAN, 2013

O mercado tradicional parte do pressuposto de que a exclusividade é o que as empresas devem buscar. Quanto mais exclusivo, mais caro e valorizado o item ou serviço é. Enquanto que essas novas forças econômicas apresentam divergências a essa ideia: se alguém possui um item que não utiliza, ou não utiliza todo o tempo, por que não compartilhar, emprestar, alugar ou trocar com alguém que precisa de acesso a esse item ou serviço?

Nos mercados colaborativo e de compartilhamento os agentes econômicos têm papel de conectores, os quais criam formas de interligar essas pessoas e garantir o fluxo de recursos dos que têm para os que precisam, as diferenças entre a economia tradicional e a economia colaborativa podem ser melhor observadas na **Figura 5** (HADDAD, 2017).

AGENTES ECONÔMICOS	
Economia Tradicional - Há papéis claros: fornecedor/cliente, produtor/consumidor; - Agentes são porteiros: garantem que o recurso só será acessado quem paga. - Transações profissionais e padronizadas.	Economia Colaborativa - Papéis ambivalentes e mutáveis. - Agentes são conectores: garantem o fluxo dos recursos de onde estão para onde são necessários. - Transações customizadas e criação de relações pessoais.

Figura 5: Papéis dos agentes econômicos economia tradicional x economia colaborativa

Fonte: Economia Colaborativa (DESCOLA, 2017).

A chamada economia híbrida (*hybrid economy*) tem como base nada mais do que uma mistura entre a colaboração social e a economia privada. Para Abramovay (2014), “as mídias digitais representam uma verdadeira revolução no mundo econômico e na própria maneira de fazer negócios”. Logo, as grandes empresas e corporações, ao entender a força e a transformação do consumidor aderido a essas mídias digitais, e os serviços e as formas pelos quais demanda, passaram a adotar objetivos socioambientais e formas colaborativas de interação e de comunicação com seus consumidores e fornecedores.

A ideia de um consumo colaborativo por parte das pessoas já havia sido pensada em 1978, por Felson e Spaeth, mas ganhou novas significações com o advento da internet. Numa concepção contemporânea:

(...) para que um negócio seja de Consumo Colaborativo é a oferta de algo que possa ser compartilhado a característica principal, como os próprios serviços ou produtos de uma empresa ou indivíduo, matérias-primas e informações, dentro de um mercado, comunidade ou cadeia de valor. Além da utilização da internet como plataforma, o foco em bens físicos compartilháveis e a participação nas redes sociais (GANSKY, 2011 apud VERSCHOORE; SCHEFFLER; SILVA, 2016, p. 41).

Assim, o consumo colaborativo é a reinvenção do comércio tradicional – alugar, emprestar, trocar, compartilhar, doar – por meio da tecnologia, que ganhou espaço de formas e em escalas impossíveis antes da internet, possibilitando o acesso em detrimento da posse (BOTSMAN, 2015). Para tanto, as pessoas (*peers*) podem obter produtos e serviços umas das outras, sem

precisar das corporações estabelecidas como intermediários (OYANG; SAMUEL, 2015 apud MENEZES, 2016).

Algumas das principais características da economia colaborativa foram listadas por Stokes et al (2014), corroborando o que vem sendo enfatizado por outros estudiosos: permitida pelas tecnologias de internet; conecta redes de pessoas e/ou ativos distribuídos; faz uso de uma capacidade ociosa de ativos tangíveis ou intangíveis; encoraja interações e confiança significantes e; envolve abertura, inclusão e popularidade.

O consumo colaborativo pode ocorrer em três modelos distintos. O modelo de sistema de serviços de produtos, baseado no pagamento pela utilização de determinado bem, sem a necessidade de adquiri-lo. O modelo de mercados de redistribuição, associado às trocas e às doações. E o modelo de estilos de vida colaborativos, associado à troca e à divisão de ativos intangíveis como tempo, habilidades ou dinheiro (BOTSMAN; ROGERS, 2011, apud ROHDEN et al, 2015).

1.4. A relação entre Economia Colaborativa e Turismo

A partir da compreensão da complexidade do fenômeno turístico, de sua interdisciplinaridade e do entendimento sistêmico, e ainda, considerando a abrangência e emergência de iniciativas de natureza colaborativa, faz-se necessária a explanação da interseção possível entre esses conceitos na prática.

No turismo, a colaboração entre pares contribui diretamente com a redução dos preços, redução de custos de transação, acesso à informação, novas formas de pagamento, mitigação de problemas de mobilidade nas cidades, oferta de novas formas de viagem e de experiências aos turistas contemporâneos, assim como no aumento de consciência ambiental, entre várias outras situações desejáveis.

No entanto, há, em contrapartida, dificuldades enfrentadas para sua disseminação e maior fortalecimento, entre elas pode-se destacar a oposição

acirrada das empresas tradicionais, pressão sob os governos para sua regulação e temas relacionados a impostos e segurança (RODRIGUEZ-ANTÓN et al, 2016).

O turismo tem sido o setor mais afetado pela economia colaborativa, principalmente em aspectos como as decisões na escolha do destino, aumento de frequência das viagens, sua duração e o tipo de produtos e serviços consumidos enquanto acontecem (TUSSYADIAH Y PESONEN, 2015 apud RODRIGUEZ-ANTÓN et al, 2016). E, entre todos os aspectos envolvidos no fazer turístico, os mais afetados por iniciativas colaborativas são o transporte e o alojamento (RODRIGUEZ-ANTÓN et al, 2016).

Isso acontece por esta ser uma atividade relacional, e que se apropria da tecnologia durante todo o processo da experiência turística, desde a escolha do destino, obtenção de informações, contratação de serviços, até a avaliação dos locais visitados, entre outros (MATOS; BARBOSA; MATOS, 2016).

Em face a esses apontamentos, considerando que a hospitalidade tanto no ato de hospedar, quanto no ato de receber, constitui fator intrínseco de toda experiência turística, fala-se também no termo “hospitalidade em rede”, que trata exatamente das relações entre hóspedes e anfitriões, mediadas por plataformas *online* e outras tecnologias.

A discussão é pertinente, pois a hospitalidade é diretamente ligada ao modelo de consumo que a economia colaborativa propõe. O compartilhamento – e colaboração – nos conecta a outras pessoas, criando um senso de comunidade, economizando recursos, e desenvolvendo sentimentos como a solidariedade e a proximidade (ROHDEN et al, 2015).

O comportamento do consumidor mudou com a introdução das novas tecnologias em seu dia-a-dia. Ao pretender adquirir um produto ou serviço, virou costume pesquisar na internet sobre seu funcionamento e sobre sua qualidade. Encontram-se facilmente disponíveis avaliações de outros consumidores, e diversos sites especializados em turismo já contam com essa confiabilidade, como é o caso do *Dubbi*. Assim se configura a “nova” moeda de troca, a reputação dos prestadores de serviços ou vendedores, atribuída através das notas e classificações dadas por outros consumidores.

Iniciativas colaborativas, baseadas nas redes de relacionamento entre usuários, utilizadas no setor de turismo, são parte das tendências no turismo internacional (COSTA, 2009). Esse setor representa o terceiro maior tema entre todas as iniciativas de economia colaborativa do país, e também vale destacar a complementação de alguns setores ao turismo, como o de transporte e de educação e cultura, também entre os principais temas (IE BUSINESS SCHOOL; BID; MINISTERIO DA ECONOMIA E COMPETITIVIDADE DA ESPANHA, 2016), que podem ser conferidos na **Figura 6**, a seguir.

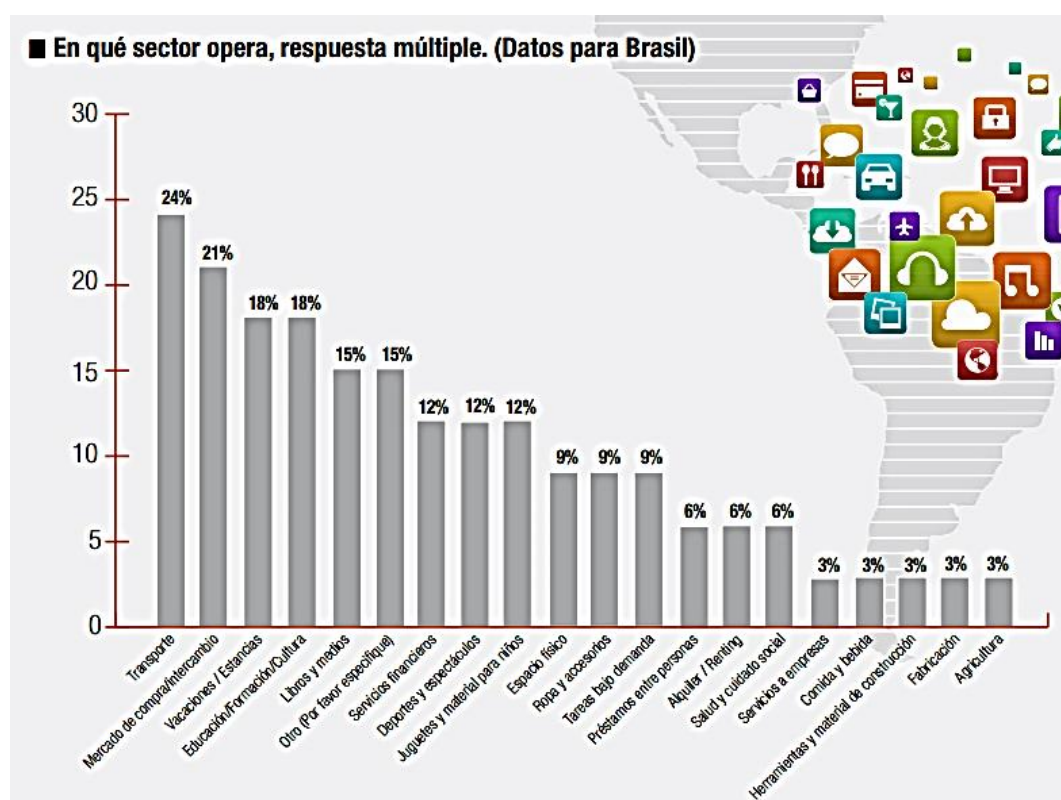


Figura 6: Atividades mais relevantes na economia colaborativa do Brasil
Fonte: *La economía Colaborativa en America Latina*, 2016.

Já uma outra pesquisa, realizada pela SPC Brasil, serviço brasileiro de proteção ao crédito, sobre o consumo colaborativo no país, traz alguns resultados que evidenciam a relevância do turismo e do transporte no mercado brasileiro.

Os resultados indicam que as modalidades mais conhecidas são o aluguel de casas e apartamentos direto com o proprietário para temporadas (76,3%), as caronas para locais como o trabalho, faculdade etc. ou em viagens (73,8%), alugar roupas (67,2%) e alugar e devolver bicicletas em pontos espalhados pela cidade (62,9%) (SPC BRASIL, 2017).

As modalidades mais utilizadas pelos usuários entrevistados na referida pesquisa foram, respectivamente: caronas para locais como o trabalho, faculdade, etc. ou em viagens (82,3%); aluguel de casas e apartamentos direto com o proprietário para temporadas (81,1%) e; alugar e devolver bicicletas em pontos espalhados pela cidade (76,7%); todas podendo envolver a experiência turística. E as modalidades que os entrevistados têm interesse em passar a utilizar foram: alugar e devolver bicicletas em pontos espalhados pela cidade (47,8%); o compartilhamento de serviços como idioma, culinária, etc. (44,8%) e; o aluguel de casas e apartamentos, direto com o proprietário, para temporadas (42,0%) (IE BUSINESS SCHOOL; BID; MINISTÉRIO DA ECONOMIA E COMPETITIVIDADE DA ESPANHA, 2016).

Alguns exemplos de iniciativas de economia colaborativa e compartilhada em áreas variadas e divididas nas esferas mundial, nacional e local podem ser melhor entendidas no próximo capítulo, assim como a compreensão do *loco* de pesquisa definido, a cidade de Brasília - DF.

CAPÍTULO 2 - CONTEXTUALIZAÇÃO

O Capítulo 2 tem como objetivo apresentar um quadro descritivo do contexto com breves contextualizações e os principais exemplos de iniciativas de natureza colaborativa e compartilhada, nas esferas mundial, nacional e local.

Os exemplos apresentados a seguir foram escolhidos de forma aleatória, conforme disponibilidade na rede, de modo a apenas ilustrar os conceitos discutidos.

Em seguida, o Capítulo em questão traz a contextualização do *loco* de pesquisa escolhido para o estudo de caso: Brasília. A descrição contextual se deu a partir de seus aspectos territoriais, demográficos, de localização, socioculturais, socioeconômicos, socioambientais e turísticos.

2.1. Exemplos – principais iniciativas no mundo

Algumas das principais iniciativas de natureza colaborativa, ou de compartilhamento, que, em sua maioria, têm direta ou indireta influência no turismo, em âmbito mundial, podem ser conferidas no **Quadro 1**, a seguir, assim como as suas principais contribuições, identificadas pela pesquisadora.

	COUCHSURFING	BLABLACAR	SHARE N SAVE
			
PAÍS / ANO	Islândia - 2004	EUA - 2003	Austrália - 2013
RESUMO	Plataforma digital onde anfitrião e hóspede se conectam, e a hospedagem acontece gratuitamente, presente em todos os países.	Compartilhamento de viagens de carro, especialmente intermunicipais, para redução de despesas.	Site que reúne iniciativas de economia colaborativa mapeadas na cidade de Adelaide. Abrange iniciativas de compartilhamento, troca, convívio e empréstimo.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Criação de laços de amizade e vontade de retribuição do favor. Permite que mais pessoas façam viagens de baixo custo. Promoção da troca cultural e respeito mútuo.	Diminuição dos gastos pessoais com deslocamento de carro, diminuição de carros nas vias, criação de laços de amizade entre os	Plataforma que reúne, em um só lugar, iniciativas P2P de diferentes aspectos em uma cidade, dispostas no mapa de localização, facilitando a busca dos interessados por bens e serviços.

		companheiros de viagem.	
	SPINLISTER	VIZEAT	TIMERUPUBLIK
			
PAÍS / ANO	EUA – s/d definida	França – s/d definida	Suíça – s/d definida
RESUMO	Plataforma de aluguel P2P de bicicletas, SUPs, skis, snowboards e pranchas de surf.	Plataforma em que pessoas recebem outras pessoas em suas casas, para compartilhar refeições caseiras e experiências de vida.	Plataforma em que as pessoas dividem seus interesses e talentos, ajudando outros, em que a moeda de troca é o tempo.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Disponibilização do acesso temporário a itens por quem deseja utilizá-los, por um curto período em determinada cidade. Oportuniza práticas de diferentes esportes.	Criação de laços de amizade, troca cultural, respeito mútuo e experiências gastronômicas caseiras, em mais de 130 países.	Acesso a serviços e ajuda de outras pessoas, sem utilização de dinheiro. Em troca, deve-se também compartilhar com os outros os seus talentos.
	AIRBNB	WIKIPEDIA	EL NEEED
			
PAÍS / ANO	EUA, 2008	EUA, 2001	França – s/d definida
RESUMO	Plataforma que oferece aluguel de alojamento e agendamento de experiências ou refeições P2P.	Projeto de enciclopédia colaborativa, universal e multilíngue, estabelecido na internet sob o princípio <i>wiki</i> . Tem como propósito fornecer um conteúdo livre, objetivo e verificável, que todos possam editar e melhorar.	Plataforma para aluguel de itens de toda natureza, especialmente para viajantes no destino turístico.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Acesso a alojamentos com preços mais acessíveis em de 191 países, além de experiências e refeições, tornando as viagens mais acessíveis e autênticas, a partir do convívio com moradores locais.	Acesso livre de todos os usuários da internet a informações sobre conteúdos diversificados, editados por usuários cadastrados no site, a qualquer momento.	Possibilidade de uso de itens de toda natureza em um destino, especialmente para turistas. Os aluguéis vão desde bicicletas até carrinhos de bebê, câmeras e até mesmo experiências, alugando o “tempo” de outros usuários.
	NIGHTSWAPPING	GUEST TO GUEST	VAYABLE
			

PAÍS / ANO	França, 2012	Multinações – s/d definida	Inglaterra, 2011
RESUMO	Plataforma em que as noites são créditos: ao hospedar alguém você ganha créditos para se hospedar em outra casa, ou converter em dinheiro.	Os usuários da plataforma podem viajar para mais de 187 países, trocando de casa entre si e gratuitamente, de forma simultânea ou não, por meio do sistema de <i>guestpoints</i> .	Plataforma em que moradores locais oferecem a turistas experiências pagas, mudando a sua forma de experimentar o destino e cultura local, em mais de 102 países.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Permite maior acessibilidade a meios de acomodação, sem necessariamente envolver troca financeira, além de promover a interação entre os usuários que são anfitriões e que se hospedam.	Por meio da disponibilização da sua casa para hospedar alguém, ou trocar simultaneamente, você pode viajar hospedando-se em outro local utilizando seus <i>guestpoints</i> .	Dá oportunidade de turistas terem outros tipos de experiências no destino, proporcionadas pelos próprios moradores, possibilitando a criação de laços de amizade entre si e uma visão mais real e autêntica em um destino turístico.

Quadro 1: Principais iniciativas colaborativas e de compartilhamento especialmente influentes no turismo de origem estrangeira

Fonte: autoria da própria pesquisadora; Google imagens.

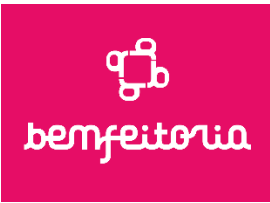
Os exemplos citados tiveram expansão global e adesão massiva entre a maior parte dos países, e mostram a força da nova forma de consumo que emergiu e se alastrou, alicerçada na internet, mídias e redes sociais, e típica da sociedade conectada em rede.

Muitos desses exemplos consolidados mundialmente estão presentes também no Brasil, mas existem outras muitas iniciativas de fundação brasileira, já que este é considerado o país líder em iniciativas colaborativas na América Latina (IE BUSINESS SCHOOL; BID; MINISTÉRIO DA ECONOMIA E COMPETITIVIDADE DA ESPANHA, 2016).

2.2. Exemplos – principais iniciativas no Brasil

Reunidas no **Quadro 2** estão algumas das principais iniciativas colaborativas ou de compartilhamento fundadas no Brasil, e ainda em operação, com foco de dedicação a diferentes serviços e objetos. Estes exemplos estão presentes em um ou mais estados brasileiros, ou até em outros países.

	VIAJEI E SOBROU	MAXMILHAS	QUINTAL DE TROCAS
			
RESUMO	Plataforma onde pessoas podem oferecer moedas estrangeiras que sobraram da viagem, e outras pessoas podem comprar diretamente delas.	Plataforma faz o intermédio entre pessoas que querem vender suas milhas e pessoas que querem voar por valores acessíveis.	Plataforma de trocas de brinquedos, que promove eventos e educação para a sustentabilidade em escolas e empresas.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Receber dinheiro de volta pela moeda estrangeira que sobrou da viagem, e comprar de forma mais acessível e sem taxas.	Diminui perdas de milhas aéreas não utilizadas, possibilitando que haja uma renda extra a quem tem, e que outras pessoas viajem mais barato.	Diminuição do consumo por brinquedos infantis que, rapidamente, perdem utilidade, além de promover entre os pais e os filhos uma consciência sustentável.
	SHIPPIFY	WAIRON	BYND
			
RESUMO	Plataforma que reúne pessoas que possuam veículos próprios e estejam dispostas a entregar encomendas a outras.	Plataforma que propõe uma lavanderia colaborativa. Você pode se inscrever para lavar e passar roupas para outras pessoas, e ser pago por isso.	Aplicativo de compartilhamento de caronas para o trabalho. As organizações devem ser cadastradas e seus colaboradores podem compartilhar caronas.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Facilitação de entregas e renda extra a quem tem disponibilidade para fazê-las.	Renda extra e trabalho com o que se tem em casa, e promoção da praticidade para pessoas que não possuem máquina de lavar ou tempo para essa tarefa.	Conscientização corporativa e inclusão das organizações na redução de impactos negativos da grande frota nas cidades. Promoção da interação e colaboração entre funcionários de uma mesma empresa.
	BLIMO	TROCTROC	ZAZCAR
			
RESUMO	Biblioteca de moda. É como um armário compartilhado, em que por um plano fixo, você pode usar tudo da loja, podendo ficar com os itens por até 10 dias consecutivos.	Um supermercado consciente: as “compras” de produtos no mercado são feitas através de trocas por materiais recicláveis.	Aplicativo de compartilhamento de carros, em que o usuário que aluga só paga o que usar, de acordo com os pacotes disponíveis, que incluem até viagens curtas.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Redução do consumo por roupas novas, sendo a plataforma de uso coletivo do mesmo guarda-roupa.	Promoção da consciência para a reciclagem na comunidade e oportunidade	Permite ao usuário utilizar um carro por um período de tempo, com valor acessível e sem necessidade de possuí-lo, enquanto o outro

		de acesso a alimentos sem troca monetária.	pode ter renda extra nas horas ociosas do seu veículo.
	CINESE	BENFEITORIA	GUIADERODAS
			
RESUMO	Plataforma de aprendizado colaborativo. As pessoas propõem e se inscrevem para encontros de seu interesse. Possui código aberto e é moldada pelos usuários.	Plataforma de financiamento coletivo. Pessoas comuns financiam uma ideia em que acreditam.	Aplicativo de guia colaborativo, destinado a avaliação e consulta de lugares acessíveis para pessoas com dificuldade de locomoção.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Ao defender que qualquer um pode aprender qualquer coisa, com qualquer pessoa e em qualquer lugar. Incentivam que todos têm algo a compartilhar e podem aprender algo com os outros.	Permite que pessoas independentes coloquem suas ideias em prática. E que pessoas comuns financiem projetos interessantes, com contribuições mensais à plataforma. Se a meta é atingida, todos que financiaram recebem recompensas. Se não é, recebem o dinheiro de volta.	Promove o acesso a informações sobre acessibilidade, a quem precisa, para melhoria de suas vidas sociais e de consumo.

Quadro 2: Principais iniciativas colaborativas e de compartilhamento de origem brasileira

Fonte: Própria pesquisadora; Google imagens.

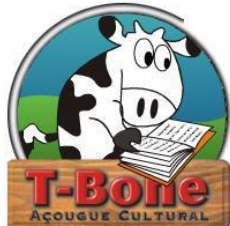
Em termos de iniciativas colaborativas ou que visam o compartilhamento entre pares, há muita diversidade de escopo no Brasil, e isso pode ser percebido nos exemplos citados, desde financiamento até aprendizado, perpassando por vestuário, mobilidade, infância, alimentação, serviços domésticos, de entrega e turismo.

Assim como muitas iniciativas internacionais que tomaram proporções globais, várias destas iniciativas brasileiras saíram apenas do âmbito de seus estados de origem, e se instalaram em outros estados, incluindo o território do Distrito Federal.

2.3. Exemplos – principais iniciativas em Brasília (DF)

Brasília tem algumas iniciativas próprias. No entanto, as principais utilizadas são mesmo de origem estrangeira ou de outro estado brasileiro. Entre

as iniciativas brasileiras também presentes na capital, algumas foram selecionadas para compor o **Quadro 3**, a seguir.

	RENT A LOCAL FRIEND	ALOOGA	BLIIVE
			
RESUMO	Plataforma conecta pessoas que amam viajar com pessoas que amam seus locais de residência e que têm uma boa história para contar. Uma pessoa “aluga” a outra, como uma espécie de guia no destino.	Plataforma em que você aluga itens de toda natureza, pelo tempo que precisar, preferencialmente de pessoas geograficamente próximas a você.	Plataforma de compartilhamento de tempo e de talentos em diferentes categorias, em que a moeda de troca é o <i>bliive</i> .
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Oferece aos turistas a oportunidade de terem experiências únicas e autênticas no destino, através do ponto de vista de um morador.	Possibilita que as pessoas tenham acesso aos itens que precisarem, por meio do aluguel temporário, não havendo necessidade da compra do objeto.	Uma moeda de troca diferente do dinheiro, mas que funciona da mesma forma. Mantém a organização da plataforma, em que as pessoas têm acesso aos serviços de seu interesse, sem dispêndio financeiro.
	TEM AÇÚCAR?	PARPE	DUBBI
			
RESUMO	Aplicativo que facilita o compartilhamento e doação de itens, preferencialmente entre vizinhos. O seu objetivo é estimular o senso de comunidade.	Plataforma de compartilhamento de carros, em que o aluguel é pago por diária.	Plataforma colaborativa de dicas de viagem entre pessoas, em que se pode fazer perguntas e responder as perguntas dos outros.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	O senso de comunidade, interação entre vizinhos e trocas incondicionais, ou seja, não há contrapartida no empréstimo e é estritamente proibida a troca financeira no <i>app</i> . Promove a economia de dinheiro e de recursos.	O compartilhamento de carros diminui a frota de veículos nas ruas, e otimiza o uso dos que já estão em circulação, dando acesso a um veículo a quem não o possui, e permitindo que o outro obtenha renda extra nos momentos ociosos de seu veículo.	Uma plataforma exclusiva de perguntas e respostas de usuários sobre viagens. Permite que os viajantes obtenham dicas exclusivas de quem já visitou o destino, direcionadas ao seu interesse.
	MAPA NAS NUENS	BIBLIOTECA POPULAR	ENDOSSA
			

RESUMO	Plataforma colaborativa, de iniciativa governamental, de mapeamento de pessoas, lugares, territórios e ações culturais em Brasília.	Um açougue recebe livros doados e faz a organização e distribuição em 37 pontos de ônibus da cidade, onde qualquer pessoa pode pegar os livros emprestados, sem burocracias.	Loja colaborativa que aluga pequenos espaços para a exposição de variados artigos para venda.
PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES	Dá oportunidade a todos os agentes culturais fazerem parte do mapeamento cultural da cidade, e conhecerem novos lugares e ações.	Disponibiliza empréstimo descomplicado de livros a todas as pessoas, e oportuniza que os moradores participem com doações. Ajudando na democratização do acesso a esses livros.	Dá espaço a pequenos produtores, artesãos e empresários, solucionando problemas como o de estoque, e disponibilizando ao cliente grande variedade de produtos em um só lugar.

Quadro 3: Algumas iniciativas colaborativas e de compartilhamento de origem brasileira presentes em Brasília

Fonte: Própria pesquisadora; Google imagens.

As iniciativas de Brasília, apresentadas no quadro anterior, são de vertente cultural. As demais iniciativas presentes na cidade, mas originárias de outros lugares do Brasil, têm características diversas, voltadas ao turismo, bens de consumo em geral, ou interatividade na comunidade local, conhecimento e mobilidade.

De forma geral, as principais plataformas utilizadas no Brasil, incluindo Brasília, são relacionadas aos mesmos temas e bens de consumo, provenientes diretamente das características básicas da economia colaborativa, descritas no capítulo anterior.

2.4. Contextualização do *loco* de pesquisa

2.4.1. Aspectos territoriais, Demografia e Localização

Brasília (DF), a capital do Brasil, fica localizada na Região Centro-Oeste do país. Com área total de 5.779,997 km² (IBGE, 2016), teve sua população estimada, para 2017, em 3.039.444 habitantes (IBGE, 2017).

Brasília tem constituição diferente dos outros estados do país. Não há bairros, nem prefeituras, e sim, 31 subdivisões denominadas Regiões

Administrativas (RAs), que são dependentes do seu Governo (GOVERNO DE BRASÍLIA, 2017).

Possui limites com as cidades de Planaltina de Goiás, Formosa, Cabeceira Grande, Cristalina, Luziânia, Santo Antônio do Descoberto, Corumbá de Goiás e Padre Bernardo. Os limites geográficos podem ser verificados na **Figura 7**, e suas subdivisões estão definidas na **Figura 8**, a seguir.



Figura 7: Mapa de Brasília e seus limites geográficos

Fonte: Google Maps.

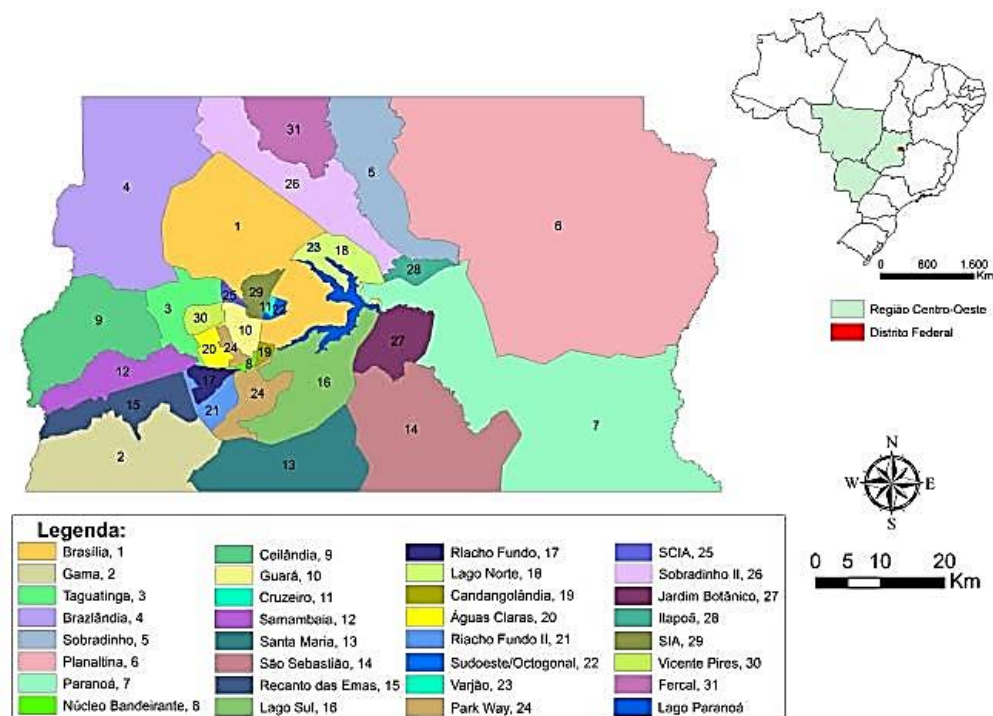


Figura 8: Mapa das subdivisões administrativas do DF

Fonte: Companhia de Planejamento do Distrito Federal – CODEPLAN, 2015

2.4.2. Aspectos Socioculturais

A cidade foi planejada para ser a nova capital do Brasil e, em um projeto ambicioso, foi construída em cinco anos, entre 1956 e 1960, durante o governo de, na época presidente, Juscelino Kubitschek. Para isso, foi povoada por trabalhadores vindos de todo o país, tornando-a miscigenada, representante da identidade e da cultura de todas as regiões. Essa diversidade é percebida na sua gastronomia, no seu sotaque e em seus costumes (GOVERNO DE BRASÍLIA, 2017).

A distribuição percentual da população não nascida no DF, em 2012, foi de 48,90%, o que mostra a jovialidade da história da cidade e de seus residentes vindos dos mais diversos “cantos” do Brasil (CODEPLAN, 2012). Aos poucos a população de brasilienses natos aumentou, e em 2012, pelo primeiro ano, superou a de não nascidos na capital.

Devido à soma de seus fatores peculiares, em 1987 recebeu o título de “Patrimônio Cultural da Humanidade”, concedido pela UNESCO, somando uma área de 112,25 quilômetros quadrados de sua área central tombada. O objetivo é a sua preservação para as futuras gerações. Os fatores marcantes que a fizeram receber esse título foram especialmente ligados à sua construção, com concepções modernistas.

De um lado, o fato de ter sido planejada pelo urbanista Lucio Costa, baseando-a em quatro escalas urbanísticas: monumental, abrigo da administração-política nacional e regional, gregária (onde estão os locais de convergência da população), residencial (da qual fazem parte as áreas residenciais do plano piloto) e, bucólica, composta por sua arborização, que permeia as outras três escalas (CONSELHO NACIONAL DA SAÚDE, 2017). De outro lado, integrando o plano arquitetônico, estiveram as ideias do arquiteto Oscar Niemeyer, que permeou a cidade de monumentos e de formas inconfundíveis. Grandes nomes nacionais carimbaram, também, na capital suas marcas: como Burle Marx, Eliane Peretti, Athos Bulcão, entre outros tantos.

Brasília, além de ter tido um povoamento bastante propício à multiculturalidade, tem, por ser a capital do país, uma vocação natural a essa

convergência cultural. Embaixadas de todo o mundo são sediadas na cidade, o que reflete esse aspecto no seu cotidiano, em sua arte, sabores e crenças.

Entre os principais pontos de cultura da cidade estão as, cerca de, 26 bibliotecas públicas distribuídas pelas RAs, a Casa do Cantador (localizada na Ceilândia e considerada o Palácio da Poesia e da Literatura de Cordel no Distrito Federal), o Cine Brasília (primeira sala de cinema da capital, tendo sido inaugurado junto com a cidade, em 1960), o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro (que configura um importante representante de valorização do cinema brasileiro e completou 50 edições realizadas em 2017) (SECRETARIA DE CULTURA DO DF, 2017).

Há também o Clube do Choro, com localização central, que tem atrações musicais variadas, e é um ponto de encontro da capital. A Concha Acústica, projetada por Oscar Niemeyer, foi o primeiro grande palco da cidade, destinado a espetáculos ao ar livre.

Também pode ser encontrado em Brasília um Sistema Integrado de Museus, para melhor gestão dos principais museus do DF, como o Catetinho, o Museu Nacional, o Museu Vivo da Memória Candanga, e o Memorial dos Povos Indígenas (SECRETARIA DE CULTURA DO DF, 2017). O Cine Drive-in de Brasília é um dos únicos do país, de localização central e história de mais de 40 anos, oferece uma experiência diferente aos expectadores (CINE DRIVE-IN, 2017). Os pontos de cultura são numerosos e variados, contando a história da cidade e do país.

Após 30 anos, desde o título de “Patrimônio Cultural da Humanidade”, a cidade de Brasília recebeu, em 2017, o título de “Cidade do Design”, concedido pela UNESCO. Isso configura a capital dentro da rede de cidades criativas da UNESCO, onde, até então, apenas uma cidade brasileira estava contemplada (CORREIO BRAZILIENSE, 2017).

2.4.3. Aspectos Socioeconômicos

O Distrito Federal manteve-se, entre 2005 e 2013, ano da última medição, avaliado acima de 0,76 pontos no Índice Firjan de Desenvolvimento

Municipal (IFDM), que tem medida de 0 a 1, observando os aspectos de educação, saúde, e emprego e renda.

Os números apresentados nesse Índice apontam que o DF teve desenvolvimento “moderado” na última medição. Porém, separadamente, a saúde foi o aspecto que, no período histórico mencionado, mais teve avaliações acima do valor considerado de “alto desenvolvimento” entre os componentes de avaliação de desenvolvimento do IFDM final. Com índice de 0,8657 em 2013, teve aumento de quase 8% em relação à medida de 2005 (IFDM, 2015).

Ainda na mesma evolução anual, é possível notar que o componente de desenvolvimento pior avaliado, repetidamente, foi o de “emprego e renda”, que teve, desde 2005, quando foi avaliado em 0,7759, a pior avaliação em 2013, com involução de mais de 16%, chegando a 0,6144. Já a área da “educação” teve uma pequena melhora, em relação ao ano anterior, enquanto em relação a 2005 a melhoria foi de quase 6%, tendo saltado de 0,7484 para 0,8071 (IFDM, 2015). Todos os dados apontados podem ser vislumbrados no

Gráfico 1, a seguir.

Ainda assim, há pesquisas que apontam que o DF teve o maior rendimento nominal mensal domiciliar per capita entre todas as UF's do país, com o valor de R\$ 2.351,00, enquanto em 2º lugar, São Paulo, obteve R\$1.723,00 (IBGE, 2016). O Produto Interno Bruto (PIB) de Brasília, que representa a soma dos bens e serviços produzidos no período de um ano, ficou em 8º lugar no valor total nacional, e em 1º lugar no que diz respeito ao PIB per capita entre as unidades da federação, com valor de R\$ 69.217,00 (CODEPLAN, 2014).

O PIB total de Brasília, excluindo os impostos, foi de R\$171.201.766,00 em 2014, do qual o setor de serviços representa a principal participação. Devido ao seu título de capital federal, a administração pública, incluída no setor de serviços, teve importante parcela de participação, por isso, para um melhor entendimento do que representa o setor de serviços no PIB sem contar com a administração e serviços públicos, o IBGE fez a diferenciação dos valores.

Excluindo a administração pública e seus serviços, a representação total do setor de serviços, do qual o turismo faz parte, é de quase 50% do PIB brasiliense, com o total de R\$ 85.358.921,00 de contribuição. Enquanto isso, a participação também alta da administração pública no PIB foi de R\$ 73.725.856,00, 43% do total. Já a indústria e a agropecuária, juntos, somaram menos de 8%. Todos os dados descritos acerca do PIB podem ser conferidos no **Quadro 4**, a seguir.

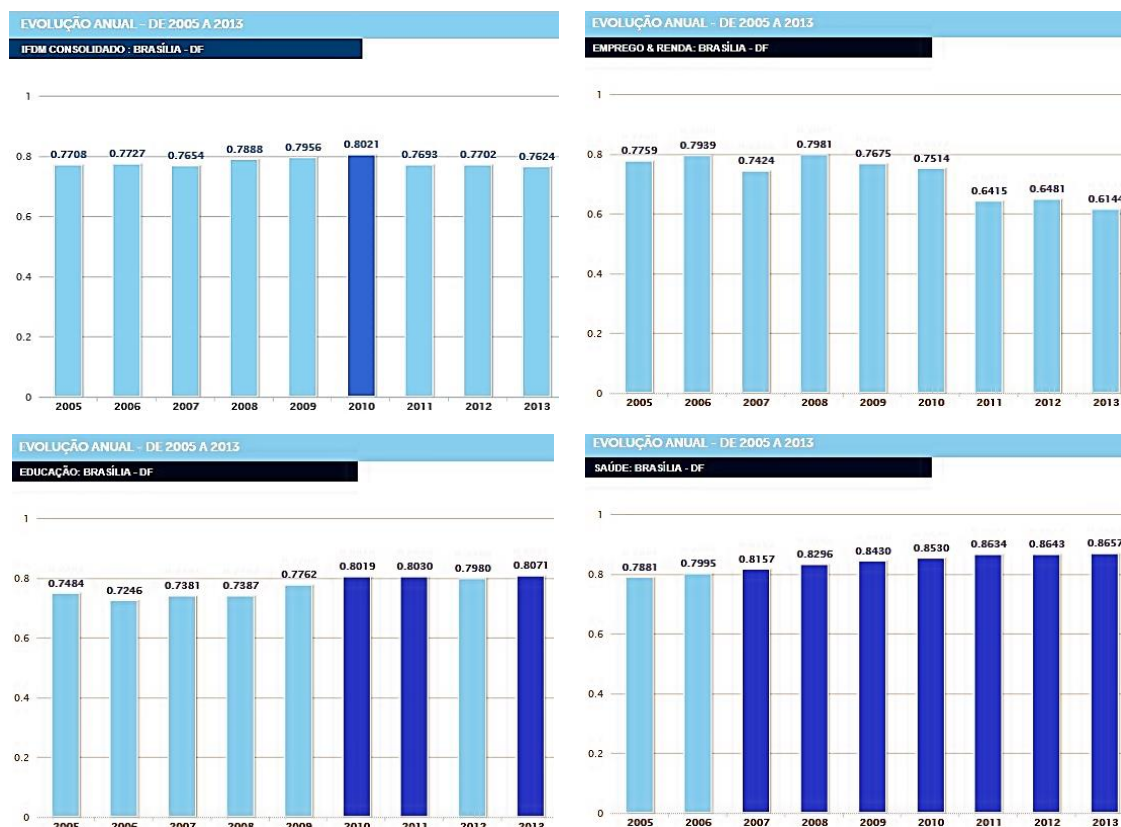


Gráfico 1: IFDM e suas áreas de desenvolvimento avaliados na evolução anual entre 2005 e 2013 de Brasília

Fonte: SISTEMA FIRJAN, 2015.

PIB total de Brasília	R\$171.201.766
Valor adicionado bruto dos Serviços (exclusive administração, saúde e educação públicas e seguridade social)	R\$85.358.921
Valor adicionado bruto da Administração, saúde e educação públicas e seguridade social	R\$73.725.856
Valor adicionado bruto da Indústria	R\$11.346.922
Valor adicionado bruto da Agropecuária	R\$770.068

Quadro 4: PIB total de Brasília e seus valores adicionados

Fonte: IBGE, 2015

Apesar dos índices relativos a Brasília serem, de forma geral, acima da média, um deles mostra-se preocupante: o coeficiente de Gini. O Índice de Gini é uma medida que avalia a concentração de renda de um local. Ele aponta a diferença entre os mais altos e os mais baixos rendimentos do município. O seu valor varia entre 0 e 1, o que quer dizer que quanto mais próximo de 1 mais desigual é o espaço territorial e, conseqüentemente, maior a concentração de renda. O Índice de Gini de Brasília foi de 0,63 em 2010, o que aponta não apenas a alta desigualdade na distribuição e na concentração de renda de Brasília (PNUD, IPEA e FJP apud ATLAS BRASIL, 2010), mas que o classifica como o município mais desigual socioeconomicamente da federação (IBGE, 2010).

Em relação à frota, ocupou a 14^a posição na colocação entre as Unidades Federativas (UFs), com o número total de quase 1.700.000 veículos na capital, ainda que seja a UF com a menor área (IBGE, 2016).

O pessoal ocupado em atividades diretamente ligadas ao turismo - como alojamento, alimentação, artes, esportes e atividades culturais e recreacionais - é, comparativamente às outras UFs, a 11^a. Além disso, a capital possuía, em 2010, mais de 441 Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos de cultura e recreação (IBGE, 2010).

2.4.4. Aspectos Turísticos

Em termos de infraestrutura turística, em 2016, o IBGE registrou quase 18.000 unidades habitacionais oferecidas pelos equipamentos de hospedagem do DF. E o Aeroporto Internacional “Juscelino Kubitschek”, em Brasília, destacou-se como o aeroporto com maior capacidade de pousos e decolagens do Brasil (OTDF, 2015). Foi também considerado maior *hub* aéreo doméstico em 2014 (GOVERNO FEDERAL, 2014).

De forma geral, trabalharam nas consideradas Atividades Características do Turismo (ACTs) – alojamento, alimentação, transporte aéreo, transporte terrestre, transporte aquaviário, agências de viagem, aluguel de transporte e cultura e lazer – mais de 25 mil pessoas no DF (IPEA apud OTDF, 2015).

Devido à sua vocação para turismo de negócios e eventos, a cidade possui espaços para os mais diversos tipos de eventos, considerada a terceira cidade do país em realização de eventos (ICCA, 2014). Esse fato torna a sazonalidade na cidade equilibrada e diferenciada dos outros destinos, já que sua maior taxa de ocupação nos hotéis é durante a semana e fora dos meses de férias (FECOMÉRCIO DF, 2015).

Os atrativos de Brasília são extremamente variados, com oferta efetiva e potencial de desenvolvimento de atividades de diferentes segmentos turísticos. Faz parte da oferta de turismo cívico a visitação a órgãos públicos federais e distritais, sediados na cidade. Para isso foi criado o grupo de Visitação Institucional Integrada em Brasília – Viibra – com 15 órgãos públicos participantes (OTDF, 2015).

Brasília é considerada uma “cidade-monumento” ou “museu a céu aberto” por ter em sua região central os imponentes monumentos projetados por Oscar Niemeyer, e o plano urbanístico tão valorizado, a ponto de ter sido a principal razão para a cidade ter recebido título de “Patrimônio Cultural da Humanidade”. São parte dos atrativos culturais os cerca de 10 museus com diferentes temáticas, os centros culturais presentes na capital, as suas feiras livres e permanentes (que somam cerca de 70), refletindo muitas vezes o cotidiano dos moradores e suas tradições natais, entre muitos outros equipamentos de interesse cultural (OTDF, 2015).

Vários são os atrativos turísticos mais visitados de Brasília. Os principais estão localizados na região central da cidade, a RA Plano Piloto, onde concentram-se a malha hoteleira e os órgãos públicos e espaços para realização dos eventos, por onde a maioria dos visitantes, turistas de negócios e eventos, se desloca. São eles: Catedral Metropolitana, Torre de TV, Praça dos Três Poderes, Esplanada dos Ministérios e Congresso Nacional (OTDF, 2013).

No entanto, na baixa temporada do destino Brasília, que são os meses de férias escolares, esse cenário muda. A maioria dos visitantes na cidade passa a ser de famílias que procuram lazer, e grande parte dessas pessoas permanece mais de três dias na cidade (OTDF, 2013).

Alguns dos principais atrativos da cidade podem ser visualizados na **Figura 9**, a seguir.



Figura 9: Ponte JK (esquerda superior), Torre de TV (direita superior), Pontão do Lago Sul (esquerda inferior), vista da Torre de TV (direita inferior)

Fonte: Google Imagens.

A cidade também é procurada por sua misticidade, iniciada desde a crença acerca de sua construção a partir do sonho de Dom Bosco. É fator crucial para a pluralidade religiosa presente em Brasília a soma das culturas regionais brasileiras que abriga, além do fato de sediar a representação de cerca de 89 embaixadas estrangeiras (OTDF, 2015).

A cidade é referência em Economia Criativa, nas mais diversas áreas. Com isso, o plano de turismo em vigência é assim pautado: “Plano de Turismo Criativo de Brasília”, referente aos anos 2016 a 2019. É importante ressaltar, ainda, que um dos setores em maior expansão desde os anos 80, em Brasília, é o turismo, e que esse movimento em torno da criatividade nasceu de uma necessidade de diversificação para superar os desafios da competitividade (PLANO DE TURISMO CRIATIVO DE BRASÍLIA, 2016).

Os princípios de interesse social comum que determinaram demandas e serviram de base para a elaboração do Plano foram: intersectorialidade, cooperação, flexibilidade, inovação, autonomia, mobilização, transparência, eficiência, criatividade, credibilidade e confiabilidade (PLANO DE TURISMO CRIATIVO DE BRASÍLIA, 2016).

Além do fomento diretamente ao turismo, é essencial que a cidade tenha serviços públicos de qualidade, pois eles afetam e dão suporte indireto a essa atividade. É possível identificar, entre os programas do Governo de Brasília, algumas demandas da população que atendem também aos serviços necessários para que o turismo se desenvolva adequadamente na cidade. Esses programas tratam de participação popular, mais cidadania, melhorias para a mobilidade urbana, gestão eficiente de resíduos sólidos, mais segurança e incentivo à cultura inclusiva (GOVERNO DE BRASÍLIA, 2017).

2.4.5. Aspectos Socioambientais

Brasília é marcada por duas estações bem definidas: a da seca (entre maio e setembro) e a chuvosa (de outubro a abril). A cidade, muitas vezes chamada de cidade-parque, possui um dos maiores parques urbanos da América Latina, o “Parque da Cidade Sarah Kubitschek”, **Figura 10**.



Figura 10: Vista aérea de parte do Parque da Cidade Sarah Kubitschek
Fonte: W Brasília, 2017.

É também permeada de árvores frutíferas de livre acesso à população. A percepção dessa qualidade – livre acesso aos mais variados tipos

de árvores frutíferas – tem sido mais presente na vida do brasiliense e, por isso, já lhes rendeu alguns mapas de frutas e aplicativos de celular, como o Fruit Map, aplicativo colaborativo, que mostra a época de cada uma e a dificuldade de acesso a cada árvore, onde é possível fazer colheita. A visualização inicial do aplicativo pode ser vista na **Figura 11**.

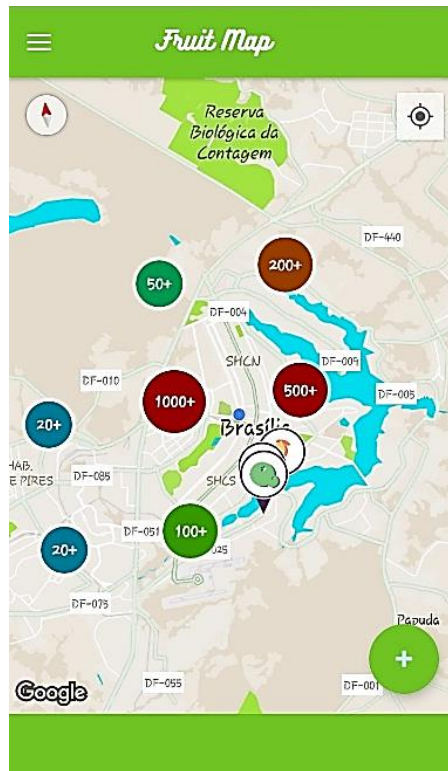


Figura 11: Fruit Map, mostrando as árvores frutíferas da capital.

Fonte: própria pesquisadora, a partir do aplicativo Fruit Map.

Brasília é composta pelo bioma Cerrado, também conhecido como Savana Brasileira. Em sua vegetação pode-se observar algumas características desse bioma: é normalmente de baixa estatura, com plantas esparsas de troncos retorcidos, e usam sua adaptabilidade para proteger-se nos longos períodos de seca anuais. É um dos mais biodiversos e ameaçados biomas do planeta e, no Distrito Federal, resta apenas 1/3 da cobertura original de Cerrado em sua área (IBRAM DF, 2014).

O bioma é o segundo maior do país, localizado na região central. É estimado que o percentual de área degradada do Cerrado, ou em uso, seja de 50% a 80% e, apesar disso, a área protegida em Unidades de Conservação é

menor de 4,5% do total. Por isso, é considerado, além de segundo maior, também o segundo mais ameaçado bioma do país (IBRAM DF, 2014).

No DF estão demarcadas cerca de 106 Unidades de Conservação (UCs) sob gerência distrital ou federal, tendo como principais sob gerência federal: Reserva Biológica da Contagem; Parque Nacional de Brasília; Floresta Nacional de Brasília; e Área de Proteção Ambiental do Planalto Central (ICMBio, 2017). Além das APAs, na área de Brasília encontram-se 73 parques, dos quais 33 são considerados em condições de receber visitantes. Brasília está entre as UF's com maior número de Unidades de Conservação, as quais têm função turística e de conservação do bioma (IBRAM DF, 2014).

Há a necessidade de aumentar as possibilidades de interação entre os habitantes e os visitantes com o meio natural. Em Brasília há uma diversidade de locais públicos e privados com potencial para oferecer à população variadas opções para visitação e lazer, contando com peculiares monumentos naturais que poderiam gerar fluxo turístico de interessados em ecoturismo (IBRAM DF, 2014).

O DF abrigava cerca de 20 grutas, 15 conjuntos de saltos e cachoeiras, e um fenômeno cárstico, a Ponte de Pedra, dos quais, alguns desses, devido à importância e grande beleza cênica, passaram a ter proteção especial por meio da legislação (IBRAM DF, 2014) Uma das mais conhecidas cachoeiras fica na Chapada Imperial, **Figura 12**.



Figura 12: Cachoeira na Chapada Imperial
Fonte: Revista Viagem e Turismo, 2017.

Após a definição e a contextualização da temática abordada e do *loco* de pesquisa, a compreensão da metodologia de pesquisa escolhida e descrição das atividades realizadas são abordadas no capítulo seguinte, de forma a culminar nos resultados obtidos pela pesquisadora no campo.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

O Capítulo 3 traz a descrição dos aspectos metodológicos aplicados nesta pesquisa, com base em autores como Magda Alves, Eva Lakatos, Marina Marconi, Antonio Carlos Gil, entre outros. Ademais, são explicadas as etapas nas quais foi dividida e realizada esta pesquisa, e mencionados quem foram os entrevistados escolhidos.

O presente estudo teve caráter exploratório, quanto aos seus objetivos. Considerando que em uma pesquisa exploratória o autor tem como objetivos principais aprofundar as ideias sobre o objeto de estudo, permitindo o levantamento bibliográfico e o uso de entrevistas (ALVES, 2013).

Complementada pelo que destaca Gil (2008, p. 41) ao entender que “a pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema, explicitando-o”. Tal opção se faz legítima devido à carência, já mencionada, de estudos dos novos modelos de economia e de consumo que serão abordados, já que, a pesquisa exploratória é recomendada quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Portanto, o trabalho foi realizado a partir do método de abordagem qualitativa, considerando que este seja:

(...) um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1994, p. 21-22).

Os procedimentos de coleta de dados determinados foram: pesquisa bibliográfica e documental, e pesquisa de campo (estudo de caso) por meio da realização de entrevistas semiestruturadas.

A realização das entrevistas foi importante para captar as atuais medidas adotadas pelo poder público no campo turístico, no âmbito nacional e local, e o ponto de vista a partir da iniciativa particular, de alguém com experiência na iniciativa autônoma, o que auxiliou no desenvolvimento das análises e da reflexão crítica propostas por esta pesquisa. Os entrevistados foram definidos e os instrumentos de pesquisa elaborados com o objetivo de complementação de informações. Ademais, esta opção oferece maior

flexibilidade ao pesquisador (DE SÁ, 2013), e a coleta de informações que aprofundem os dados fornecidos ou corrija os dados levantados (ALVES, 2003).

As entrevistas foram analisadas conforme técnica de análise de conteúdo, dividida em categorias. A análise de conteúdo é uma técnica de análise em que o pesquisador realiza o tratamento dos relatos apresentados nas entrevistas, buscando classificá-los em temas ou categorias, para auxiliar na compreensão do que está por trás dos discursos (SILVA; FOSSA, 2015).

Inicialmente, foi realizada a pesquisa bibliográfica, identificando a bibliografia já existente acerca do assunto a ser tratado, com o objetivo de trazer a compreensão no âmbito do pensamento teórico em questão. Considera-se, para isso, que a pesquisa bibliográfica constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, buscando o domínio sobre determinado tema (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007). O levantamento bibliográfico tem como aporte as pesquisas realizadas por outros pesquisadores, ou seja, pesquisas de fontes secundárias (MARCONI; LAKATOS, 2001).

A pesquisa documental, que se assemelha à bibliográfica, consiste na utilização de fontes de dados primários, sem o tratamento analítico realizado por outros pesquisadores (ALVES, 2003). Para o estudo de caso foi escolhido o destino Brasília, objetivando estudá-lo na perspectiva da economia colaborativa e do turismo com maior profundidade. Essa técnica – estudo de caso - permite o estudo mais aprofundado de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e mais detalhado conhecimento (GIL, 2008).

As etapas dessa pesquisa dividiram-se em três: pré-campo, campo e pós-campo, melhor descritas a seguir:

➤ **Pré-campo**

Na etapa pré-campo foi realizado o levantamento bibliográfico e documental, a partir das principais bases de dados disponíveis: Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES e diretórios de Universidades, além de sites governamentais, publicações e relatórios de pesquisas, IBGE, PNUD e SISTEMA FIRJAN, a respeito dos temas mais importantes tratados na pesquisa e dados necessários à sua contextualização. Os principais autores a

referenciarem a discussão teórica realizada foram Rachel Botsman, Camila Haddad, Ricardo Abramovay, Uiara Menezes, Marutschka Moesch, Alexandre Panosso Neto, Mário Carlos Beni, Roo Rogers, Paul Singer, entre outros.

Foram elaborados no período pré-campo os instrumentos de pesquisa (roteiros das entrevistas semiestruturadas a cada um dos atores), disponíveis nos Apêndices 1, 2 e 3. Anteriormente ao trabalho de campo foram organizados os equipamentos de suporte para a coleta de dados, como material de escritório e gravador de áudio. Além disso foram realizadas incursões preliminares, em que a pesquisadora utilizou iniciativas de economia colaborativa ou de compartilhamento, como AirBnB, feiras de trocas, serviço sob demanda como o Uber, plataformas e aplicativos alimentados colaborativamente, para uma melhor compreensão de sua natureza e da forma funcionamento e organização dos serviços.

➤ Campo

Durante o período de campo, foram aplicados os instrumentos de pesquisa com um dos sócios-fundadores da plataforma Fleety (de compartilhamento de carros), com um servidor e representante do Ministério do Turismo, e com três representantes da Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo de Brasília.

Os instrumentos de pesquisa foram elaborados de forma semiestruturada (dando abertura a novos questionamentos durante a realização das entrevistas), apontando os principais eixos a serem levantados com cada um dos atores. A semiestruturação proposta O **Quadro 5**, explicativo dos entrevistados nesta pesquisa, pode ser visualizado a seguir.

ENTREVISTADOS	INSTITUIÇÃO	FUNÇÃO/CARGO	DATA
A	Fleety	Sócio-fundador	07/11/2017
B	Ministério do Turismo	Analista Técnico	16/11/2017

C	Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo de Brasília.	Diretora de Regionalização; Assessora Especial da Subsecretaria de Produtos e Políticas de Turismo; Subsecretário de Infraestrutura	20/11/2017
---	---	---	------------

Quadro 5: Quadro explicativo dos entrevistados no campo desta pesquisa
Fonte: Própria pesquisadora, 2017.

Os três representantes da Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo de Brasília foram apresentados nesta pesquisa sob a alcunha de “Entrevistado C” devido às suas respostas terem sido complementares, e para fins comparativos entre as três esferas entrevistadas.

➤ Pós-campo

A partir dos dados obtidos por meio da pesquisa de campo (entrevistas), fundamentados pela pesquisa bibliográfica/documental, realizou-se a sistematização e tabulação dos mesmos, seguida por uma análise e reflexão crítica.

A análise de conteúdo constitui uma técnica que trabalha os dados coletados para a identificação do que está sendo dito a respeito de determinado tema. Há a necessidade da descodificação do que foi comunicado (VERGARA, 2005 apud MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). A sistematização em temas e em categorias foi escolhida por ser considerada “a melhor alternativa quando se quer estudar valores, opiniões, atitudes e crenças, através de dados qualitativos” (BARDIN, 2010 apud SILVA; FOSSÁ, 2015, p. 8).

A categorização foi feita após a transcrição do material das entrevistas e da leitura geral. A codificação se deu em função da recorrência de relatos e eixos temáticos, que foram constituindo-se em unidades de registro, para então configurar a categorização em si (BARDIN, 1977 apud SILVA; FOSSÁ, 2015) para a descodificação.

Foram definidos temas e categorias de análise que pudessem contribuir para o melhor entendimento do cenário turístico e de ações inovadoras nas três esferas mencionadas, com objetivo de fazer uma análise comparativa dos resultados obtidos, e a articulação com a bibliografia levantada. A definição dos temas e categorias foi feita a partir da identificação de recorrências e complementações nas respostas dos entrevistados pela pesquisadora depois de

realizadas as entrevistas, de modo que ajudassem a melhor entendimento do objeto de estudo. Os temas definidos foram:

Tema 1 - Desafios e Dificuldades enfrentados na inclusão de iniciativas colaborativas e inovadoras

Categorias: (a) Desafios na incorporação de mercados colaborativos; (b) Dificuldades para a inovação.

Tema 2 – Potenciais de exploração no Destino Brasília

Categoria: O que melhor explorar no destino Brasília

Tema 3: Impactos que a economia colaborativa pode gerar

Categoria: Impactos desse modelo alternativo de economia

Com a descrição dos aspectos metodológicos utilizados e atividades realizadas em cada etapa da pesquisa, é apresentada, no Capítulo de Análise dos Resultados (a seguir), a análise dos resultados obtidos. A reflexão crítica, por sua vez, é destacada nas Considerações Finais.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta pesquisa teve como objetivo identificar, a partir dos pressupostos da economia colaborativa, as possíveis contribuições para o desenvolvimento turístico no destino Brasília. A partir de entrevistas semiestruturadas com três atores essenciais nesse processo – representante da gestão pública nacional, representantes da gestão pública local, e representante do setor privado, especificamente na área de economia P2P – foi possível atingir resultados voltados ao cumprimento deste objetivo.

A análise, dividida inicialmente em temas e categorias, pretende mostrar e descrever, assim, de forma mais clara, os elementos citados pelos atores entrevistados.

Tema 1 - Desafios e Dificuldades enfrentados na inclusão de iniciativas colaborativas e inovadoras

Podem ser vistos no **Quadro 6** os principais desafios ressaltados pelos entrevistados para a incorporação de iniciativas colaborativas, tanto pelo setor público quanto pelo setor privado e a sociedade.

Categoria: Desafios na incorporação de mercados colaborativos

Elementos citados	A	B	C
Inexistência de regulamentação	X	X	
Modelo de regulação que se aplica ao mercado tradicional e não se aplica ao alternativo	X	X	
Rompe com o modelo tradicionalmente estabelecido	X	X	
Gestão pública ainda não está preparada para incorporar esse modelo de negócio		X	X
Setor privado é pouco proativo			X
Cultura tradicional do mercado brasileiro	X		

Quadro 6: Desafios na incorporação de mercados colaborativos

Fonte: Própria pesquisadora a partir das entrevistas, 2017

O **Quadro 6** apresenta, de forma geral, que a regulamentação foi citada como uma dificuldade real, tanto para as iniciativas colaborativas, que não encontram qualquer respaldo legal para operarem, quanto para a iniciativa privada tradicional, que se depara com uma concorrência desigual em âmbito legal, além de lacunas quanto à segurança, arranjos tributários, além de outros, como também, para a gestão pública que, segundo entrevistados, se encontra pressionada de todos os lados e estuda a melhor forma de promover o fomento às relações igualitárias de mercado.

Essa mesma dificuldade foi corroborada pelos autores Rodriguez-Antón et al, (2016, p. 266), ao afirmarem que esse modelo de economia enfrenta “oposição acirrada das empresas tradicionais, pressão nos governos para sua regulação e temas relacionados a impostos e segurança”.

A situação é melhor explicitada na fala do entrevistado A, que lembrou que

a atividade era não regulamentada, e esse fato torna pior do que se fosse regulamentada com algumas restrições, porque a falta de regulamentação, traz toda uma cadeia de incerteza, onde você acaba tendo muitas respostas de incerteza das outras companhias que precisa ter parceria (seguradoras, bancos não sabem se podem arriscar, como vai ser no futuro, se podem fazer isso...). A incerteza foi mais nociva do que a certeza de que deu errado, porque a falta de regulamentação acaba sendo bem ruim também (entrevistado A, 2017).

Além desta dificuldade, o mercado brasileiro, à primeira vista, mostra resistência e desconfianças em relação às iniciativas que têm como fator principal a confiança entre pessoas físicas, segundo o entrevistado A. No entanto, à segunda vista, essa resistência é atenuada com a disponibilização de avaliações de outros consumidores acerca dos prestadores de serviço ou bens em questão, e a reputação passa a ser a medida de confiança.

No **Quadro 7**, a seguir, os entrevistados descreveram as principais dificuldades encontradas para a inovação em cada um dos âmbitos que representam.

Categoria: Dificuldades para a inovação

Elementos citados	A	B	C
-------------------	---	---	---

Políticas públicas no Brasil ainda pouco inovadoras	X	X	X
Falta de recurso para conseguir inovar			X
Não incorporação de tecnologias nas agendas públicas	X	X	
Gestão pública não está preparada para entender as novas dinâmicas de mercado	X	X	

Quadro 7: Dificuldades para a inovação

Fonte: Própria pesquisadora a partir das entrevistas, 2017

A não incorporação das novas dinâmicas de mercado, como é a economia colaborativa, foi um ponto mencionado por todos os entrevistados, como uma dificuldade para a inovação, como visto no **Quadro 7**, fator que é motivado por diversos aspectos. A atual crise orçamentária do Governo de Brasília foi citada pelo entrevistado C como a principal dificuldade para a execução de programas e projetos de turismo na cidade, como ressaltado durante a entrevista:

[o que queremos é] mostrar um brasiliense orgulhoso da cidade, para proporcionar ao turista uma experiência de como é viver em Brasília, mostrar muito além da esplanada, da política, e é uma coisa que sofremos dentro da área técnica, vislumbrar muitas coisas boas e ter ausência de recurso para executar (entrevistado C, 2017).

E o fato de a gestão pública, de forma geral, ser ainda pouco inovadora no Brasil, e não incorporar em suas agendas as inovações tecnológicas, faz com que sejam criadas grandes incertezas e complexidades que envolvem o âmbito público e político intrínsecos ao governo.

No entanto, foi destacado pelo entrevistado B, que inovações tecnológicas e de mercado deveriam ser encaradas como oportunidades, e não como ameaças. O entrevistado B, revelou, ainda, que nas reuniões para elaboração do próximo Plano Nacional de Turismo brasileiro, o assunto vem sendo trazido constantemente para discussão, demonstrando uma pequena abertura ao assunto pela Política Nacional de Turismo.

Tema 2 – Potenciais de exploração no Destino Brasília

Foi perguntado nas entrevistas quais seriam os potenciais a serem melhor explorados em Brasília, e no **Quadro 8**, a seguir, estão descritos os principais elementos relatados.

Categoria: O que melhor explorar no destino Brasília

Elementos citados	A	B	C
Turismo de aventura			X
Patrimônio da humanidade			X
Arquitetura/Design/Cidade criativa			X
Promoção estratégica		X	X
Mudar impressão dos turistas potenciais sobre a cidade	X	X	X
Proporcionar experiência de viver a cidade		X	X
Mobilidade menos onerosa	X	X	
Atrair novo perfil de consumidor		X	X
Movimentação da economia local através do turismo			X

Quadro 8: O que melhor explorar no destino Brasília

Fonte: Própria pesquisadora a partir das entrevistas, 2017

O elemento citado como central, e já parte das medidas adotadas como inovadoras pela gestão pública local, foi a mudança da percepção do brasileiro sobre a sua Capital Federal. Os representantes, denominados nesta pesquisa de entrevistado C, mencionaram a “mídia negativa diária” de Brasília, que seria a constante associação midiática da capital do país a aspectos negativos, como escândalos políticos e financeiros, gerando no imaginário da população brasileira certo pré-conceito em relação à cidade.

Assim, segundo entrevistado C, quase totalmente debruçada no Plano de Turismo Criativo, a gestão pública local tem trabalhado turisticamente a capital, de forma a mostrar outros ângulos da cidade, com vistas a atrair novos públicos e possibilitar que os visitantes, de fato, vivenciem o cotidiano do brasiliense, mas já com alguns valores de colaboração.

O entrevistado C citou a não assertividade na geração e na execução de uma promoção estratégica para o destino, especialmente devido a graves

problemas financeiros enfrentados pelo governo local. Por outro lado, o entrevistado B enfatizou, como um dos mais importantes eixos nos quais a economia colaborativa poderia ser utilizada por um destino, de forma digital, natural e pouco onerosa, a presença e o posicionamento digitais, e que tal posicionamento poderia ser incentivado pela gestão pública ao setor privado, elemento melhor explicado na análise do tema 3, e **Quadro 9**, a seguir.

O entrevistado C chamou atenção para o efeito multiplicador que o turismo tem poder de gerar, e o seu potencial de impulsionar a economia local. Movimenta e gera renda, se encarado como uma das prioridades governamentais para esse fim, com investimentos suficientes para tal estruturação.

Ainda é importante destacar que o entrevistado A chamou atenção para a necessidade de, a partir das lacunas de oportunidades identificadas no mercado tradicional, seja feito o uso das novas tecnologias para mitigar problemas urbanos, como mobilidade (já identificado pelo Governo de Brasília e trabalhado em alguns programas, como mencionado no Capítulo 2 desta pesquisa).

Tema 3: Impactos que a economia colaborativa pode gerar

Categoria: Impactos desse modelo de economia

Elementos citados	A	B	C
Desalienação/consumo consciente	X		
Redução de custos para o consumidor	X	X	
Surge da necessidade e interação com a realidade urbana	X	X	
Transformação da economia de um setor como um todo		X	
Relações de confiança são criadas	X	X	
Criação de oportunidades de empreendedorismo		X	
Maior presença e posicionamento digital de um destino		X	

Quadro 9: Impactos gerados pela economia colaborativa

Fonte: Própria pesquisadora a partir das entrevistas, 2017.

Após alegarem conhecimento insuficiente sobre o modelo de economia estudado por esta pesquisa, os representantes responsáveis pelo poder público local (entrevistado C) não opinaram sobre os impactos que a economia colaborativa poderia gerar, como visto no **Quadro 9**.

A redução de custos e consequente atração de um novo perfil de turistas para a cidade foram citados pelos entrevistados A e B, com base na realidade de Brasília, que tem como segunda maior demanda efetiva os turistas de lazer, mas possui problemas de mobilidade e média de preços altos nos serviços turísticos.

As iniciativas de economia colaborativa foram identificadas por eles como fruto exatamente das necessidades demonstradas pela cidade, e a partir delas, geram-se oportunidades de empreendedorismo tecnológico para o atendimento dessas demandas públicas. Essas inovações foram trazidas pelo entrevistado B, como potenciais transformadoras não apenas de um aspecto, mas de setores econômicos como um todo, em cada eixo de atuação.

As relações de confiança criadas pela aplicação desse modelo de economia foram destacadas pelos entrevistados A e B, assim como por Rohden et al (2015, p. 11), em que os autores mencionam que “o compartilhamento – e colaboração – nos conecta a outras pessoas, criando um senso de comunidade, economizando recursos e desenvolvendo sentimentos como a solidariedade e a proximidade”. Assim como o “boca a boca é um dos elementos que mais influenciam as decisões de consumo” (GOMES, 2012 apud VIANA, 2015, p. 33), e esse “boca a boca virtual” é o que constrói as reputações e relações de consumo entre empresa/prestador de serviço e consumidor.

Além disso, a incorporação dessas novas tecnologias foi enfatizada pelo entrevistado B, como propulsora de criação de oportunidades de mercado para a cidade, tanto para pessoas físicas que querem entrar no mercado de trabalho e talvez tenham pouco capital de investimento, como para os consumidores, que acabam por ter diferentes oportunidades de consumo e de escolha: “Essas oportunidades de empreendedorismo abrem um mundo de

possibilidades com dinâmicas e talvez com custos muito diferentes do mercado tradicional”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para análise categorial da pesquisa de campo, uma das principais limitações encontradas foi, de forma geral, o desencontro entre os discursos, por se tratarem de três entrevistados de esferas diferentes de análise das iniciativas colaborativas.

No entanto, de acordo com os resultados obtidos na pesquisa de campo e analisados, assim como com a realização da discussão teórica e da contextualização do *loco* de pesquisa, é possível perceber algumas relações entre as falas dos representantes de cada esfera e complementações pertinentes ao estudo empreendido. Os objetivos específicos dessa pesquisa foram: abordar as principais discussões teóricas sobre economia colaborativa e turismo; levantar informações sobre iniciativas de economia colaborativa no mundo, no Brasil e em Brasília (exemplos); contextualizar, multidimensionalmente, o *loco* de pesquisa, quanto aos aspectos sociocultural, territorial, socioeconômico, turístico e socioambiental; analisar os resultados obtidos e refletir criticamente sobre o contexto abordado.

E os resultados obtidos para cada um deles foram, por sua vez, o levantamento bibliográfico apresentado na discussão teórica, o apanhado de iniciativas colaborativas e de compartilhamento citadas como exemplos em cada esfera (mundial, nacional e local) e contextualização do *loco* de pesquisa em seus variados aspectos, além da realização da pesquisa de campo e análise dos resultados obtidos, de forma a corroborar a discussão teórica apresentada.

Na discussão teórica, chegou-se ao entendimento do que é o turismo, em toda a sua complexidade e amplitude sistêmica. Também foi possível visualizar a linha histórica em que os discursos alternativos ao modo de produção e consumo tradicionais emergiram e se fortaleceram, propiciando o surgimento de vários modelos econômicos, dos quais, alguns foram exemplificados, um desses modelos, a economia colaborativa, objeto desse estudo, foi explicada de acordo com os principais autores, tornando viável a compreensão de sua ampla

relação com o turismo e como os dois conceitos podem se complementar na prática.

A contextualização foi construída de forma a demonstrar ao leitor tanto o objeto como o *loco* de pesquisa. Foram, para isso, trazidos os principais exemplos de iniciativas colaborativas e de compartilhamento mundiais, com um resumo de cada e suas principais contribuições para a vida das pessoas, dessa mesma forma foram citadas iniciativas nacionais e locais, em que o fato de estar exemplificada em uma esfera não exclui a possibilidade da iniciativa estar presente também nas outras.

Logo após, foi feita a contextualização do *loco* de pesquisa, Brasília, em que foram descritos os aspectos territoriais, demográficos e de localização, socioculturais, socioeconômicos, turísticos e socioambientais, a identificação dos problemas foi feita ao longo da contextualização e corroborada de acordo com os programas apresentados pelo Governo de Brasília.

A partir do potencial da economia colaborativa no Brasil, demonstrado, entre outros, pelo fato do país ser o líder latino-americano de iniciativas desta natureza, buscou-se identificar contribuições que poderiam ser gerados, a partir da economia colaborativa, no desenvolvimento do turismo no destino Brasília.

Com os resultados obtidos e com o cruzamento de informações, baseadas também nas diversas pesquisas realizadas pelos autores referenciados, pode-se refletir, dentre outras coisas, sobre os seguintes aspectos:

- 1) Entre os desafios e as dificuldades encontrados pela gestão pública de turismo local, assim como percebidos de acordo com os programas de governo, alguns dos principais obstáculos ressaltados foram a falta de recursos financeiros, promoção insuficiente da cidade, falhas de mobilidade urbana, setor privado pouco proativo, mídia negativa da capital, e difícil incorporação de inovações;

- 2) Foram apontadas como possíveis contribuições da economia colaborativa o aumento de oportunidades de empreendedorismo, a redução de custos, tornando os serviços e produtos mais atrativos, desenvolvimento de relações de confiança, potencial transformador da economia, potencialização da presença digital de empresas e de destinos, e interação direta com a demanda urbana para o surgimento de iniciativas de colaboração.

Durante as entrevistas esteve presente nas respostas dos gestores locais de turismo o desconhecimento do modelo de economia apresentado pelo estudo, estando debruçados em potencializar o Projeto de Turismo Criativo em vigência. No entanto, cabe reforçar que os dois modelos, economia criativa e economia colaborativa, não são excludentes, e dizem respeito à forma como se busca desenvolver a cidade, neste caso, em relação ao turismo, e as duas formas podem ser fomentadas complementarmente.

Com apoio nos resultados, cabem alguns questionamentos como: poderia o fomento ao desenvolvimento de uma força colaborativa, por parte da gestão pública local, ser uma saída para novas dinâmicas financeiras na cidade? Uma maior presença e posicionamento digital das empresas locais e informações sobre o destino seriam boas alternativas à falta de recursos para a promoção estratégica e mitigação da mídia negativa, contribuindo para uma mudança de percepção do povo brasileiro acerca de sua capital?

Seria possível que o incentivo à criação e ao uso de iniciativas colaborativas na cidade pudessem ser boas medidas de atenuação de problemas urbanos como a mobilidade, participação popular, cultura inclusiva, segurança, e outras situações abrangidas pelo Governo de Brasília em sua agenda?

A economia colaborativa, como descrita na discussão teórica, tem como uma de suas principais características a conexão em rede, portanto, acaba sendo natural sua chegada nas grandes cidades, e cada vez mais, também nas pequenas, graças a essa conectividade da sociedade em rede.

Há cidades, como a australiana Adelaide, que têm como suporte de programa governamental o incentivo ao compartilhamento e colaboração entre os moradores, em que, com um desafio lançado pelo governo, buscam as melhores ideias colaborativas para desenvolver na cidade este modelo de produção e consumo e ser referência mundial.

Seria esse incentivo uma forma de compartilhar com a população as responsabilidades, usualmente da gestão pública, de pensar formas de contornar os problemas urbanos e participar da concepção e execução de medidas reparadoras?

Em Brasília há, como mostrado nos exemplos trazidos no Capítulo 3, presença de variadas iniciativas de natureza colaborativa, compartilhada, P2P e sob demanda, o que mostra o maior envolvimento da população com esse crescente modelo de mercado baseado na conexão direta entre as pessoas e maior eficiência na utilização de bens e espaços.

Governamentalmente, o Plano de Turismo Criativo de Brasília trouxe, em seu primeiro objetivo estratégico a proposta de estimular o trabalho colaborativo no *trade* turístico, de modo a integrar os profissionais e empresários do setor, para que aumente a participação destes da formulação de políticas públicas. Poderia esse estímulo ser ampliado aos cidadãos e sua participação, com vistas a beneficiar ambos no debate por políticas mais adequadas?

Ademais, além de ser, para Tussyadiah y Pesonen (2015), uma das áreas mais impactadas pela economia colaborativa, e a pesquisa da SPC Brasil, abordada na discussão teórica, já demonstrando que as áreas mais usadas por brasileiros em iniciativas colaborativas são as de mobilidade, alojamento e cultura, poderia turismo ter esse modelo econômico como forma de desenvolvimento?

A maioria dos estudos que citam esse modelo econômico e as principais multinacionais que funcionam baseadas na colaboração P2P e resgate de valor de bens e serviços subutilizados são diretamente ligadas à prática turística, assim, uma maior e melhor incorporação dessa realidade pelas

políticas públicas locais e nacionais teria enorme relevância, devido às incertezas que ainda permeiam essas atividades e seu uso pela população.

Além de promover a criatividade como marca de Brasília, que contribui para as metas de mudança da percepção de turistas potenciais sobre a cidade, a colaboração é um método tido por diversos autores citados nessa pesquisa de interação e vivência do modo de vida local. Dessa forma, em estudos futuros, as características intrínsecas aos exemplos podem ser discutidas com maior profundidade no contexto de Brasília, ainda, com outros enfoques.

REFERÊNCIAS

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias: um roteiro passo a passo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO BRASIL. **Brasília, DF**. 2017. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/brasil_df#renda>. Acesso em: 27 set. 2017.

BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO. **Economía colaborativa en américa latina**. 2016. Disponível em: <<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7806/la-economia-colaborativa-en-america-latina.pdf?sequence=1&isallowed=y>>. Acesso em: 17 out. 2017.

BARRETTO, Margarita . **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. [S.l.]: Ed. Papirus, 2006. 160 p.

BOTSMAN, R. ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOTSMAN, Rachel. **Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption–And What Isn’t?**. 2015. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

BOTSMAN, Rachel. **The Sharing Economy Lacks A Shared Definition**. 2013. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>>. Acesso em: 31 out. 2017.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CINE DRIVE-IN. **Sobre**. 2017. Disponível em: <<http://cinedrivein.com/sobre/>>. Acesso em: 27 set. 2017.

CODEPLAN. **Análise dos dados da pnad 2012: comparativo Distrito Federal e Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://www.codeplan.df.gov.br/images/codeplan/pdf/pesquisas%20socioecon%3%b4micas/2013/estudo%20pnad%202012%20-%20df%20x%20brasil.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2017.

CODEPLAN. **Produto interno bruto do Distrito Federal 2010 - 2014 e série retropolada 2002 - 2009**. 2014. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/images/codeplan/pdf/pesquisa_socioeconomica/contas_regionais/pib-df_2014.pdf>. Acesso em: 24 set. 2017.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Brasília – patrimônio cultural da humanidade**. 2017. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/web_confmundial/docs/servicos/conheca_brasilia.pdf>. Acesso em: 23 set. 2017.

CORREIO BRAZILIENSE. **Brasília conquista título de cidade criativa em design da unesco**. 2017. Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2017/10/31/interna_c>

idadesdf,637847/brasil-conquista-titulo-de-cidade-criativa-em-design-da-unesco.shtml>. Acesso em: 24 nov. 2017.

COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo. **Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual**. Economia & Tecnologia, Paraná, v. 25, p. 1-8, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.economiaetecnologia.ufpr.br/revista/25%20Capa/Armando%20Dalla%20Costa%20-%20Elson%20Rodrigo%20Souza-Santos.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2017.

COSTA, Helena. **O turismo já não é mais o mesmo**. Host & Travel, [S.L], abr/mai. 2009.

COVALSKI, Walter. **Modelo Existencial na Sociedade Industrial: trabalho, moradia, lazer, viagem**. 2016. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br/slide/10387740/>>. Acesso em: 23 out. 2017.

CRISES CAPITALISTAS: ABERTURAS PARA INOVAÇÃO SOCIAL. Rio Grande do Sul: M, 2013. Disponível em: <<http://www.unisc.br/site/sidr/2013/Textos/230.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

DA SILVA CAMPOS, Carlos. **Relatório Brundtland? a versão original**. 2011. Disponível em: <<https://ambiente.wordpress.com/2011/03/22/relatorio-brundtland-a-versao-original/>>. Acesso em: 21 set. 2017.

DANTAS, José Carlos; BRANCO, Rachel de Paula. A Organização Mundial do Turismo e o Turismo Internacional na Sociedade Contemporânea. **Revista Interdisciplinar da Universidade Veiga de Almeida - Águila**, Rio de Janeiro, n. 13, p. 45-60, jul. 2015. Disponível em: <<http://ojs.uva.br/index.php?journal=revistaaguila&page=article&op=view&path%5B%5D=276&path%5B%5D=229>>. Acesso em: 09 out. 2017.

DE MENEZES, Uiara. **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E ECONOMIA COLABORATIVA: UM ESTUDO DE MÚLTIPLOS CASOS NO BRASIL**. 2016. 166 p. Tese de Doutorado (Administração) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/143942>>. Acesso em: 11 jan. 2017.

DE MENEZES, Uiara. **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E ECONOMIA COLABORATIVA: UM ESTUDO DE MÚLTIPLOS CASOS NO BRASIL**. 2016. 166 p. Tese de Doutorado (Administração) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/143942>>. Acesso em: 11 jan. 2017.

DESTINOS REFERÊNCIA TURISMO BRASIL. **Brasília (DF) - o turismo em Brasília**. 2017. Disponível em: <http://www.destinosreferencia.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=253&itemid=95&limitstart=1>. Acesso em: 21 set. 2017.

DIEGUES, Antonio. **Desenvolvimento sustentável ou sociedades sustentáveis**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, p. 22-29, jan/jun. 1992.

EDUCAÇÃO UOL. **Teorias demográficas: malthusianos, neomalthusianos e reformistas**. 2009. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/geografia/teorias-demograficas-malthusianos-neomalthusianos-e-reformistas.htm>>. Acesso em: 09 out. 2017.

FECOMÉRCIO DF. **As atividades relacionadas ao turismo no DF contribuem com 2,5% do pib, sendo o turismo corporativo o principal segmento.** 2015. Disponível em: <<http://www.fecomerciodf.com.br/viagens-de-negocios/>>. Acesso em: 27 set. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOVERNO DE BRASÍLIA. **História.** 2017. Disponível em: <<http://www.brasilia.df.gov.br/historia/>>. Acesso em: 17 set. 2017.

GOVERNO DE BRASÍLIA. **Programas.** 2017. Disponível em: <<http://www.brasilia.df.gov.br/category/programas>>. Acesso em: 21 set. 2017.

GOVERNO DO BRASIL. **Reformado, aeroporto de Brasília é o maior hub doméstico do país.** 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/06/reformado-aeroporto-de-brasilia-e-o-maior-hub-domestico-do-pais>>. Acesso em: 01 out. 2017.

GUIA DO TURISTA. **Apresentação.** 2017. Disponível em: <<https://www.guiadoturista.net/distrito-federal/>>. Acesso em: 21 set. 2017.

HADDAD, Camila . **Economia colaborativa** : novas formas de nos organizar em sociedade. 2017. Disponível em: <<https://s3.amazonaws.com/descola-app/docs/ebook-economia-colaborativa.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

IBGE CIDADES. **Brasil, distrito federal - pesquisa de serviços de hospedagem 2016.** 2016. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/pesquisa/34/62873>>. Acesso em: 24 set. 2017.

IBGE CIDADES. **Distrito federal, Brasília, produto interno bruto.** 2014. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=530010&idtema=162&search=distrito-federal|brasilia|produto-interno-bruto-dos-municipios-2014>>. Acesso em: 25 set. 2017.

IBRAM DF. **Guia de unidades de conservação do distrito federal.** 2014. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/1027269-Guia-de-Unidades-de-Conservacao/>>. Acesso em: 23 set. 2017.

IBRAM DF. **Ibram lança guia com unidades de conservação do DF.** 2014. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/ultimas-noticias/5080-ibram-lanca-guia-com-unidades-de-conservacao-do-df>>. Acesso em: 27 set. 2017.

INSTITUTO BRASÍLIA AMBIENTAL DF. **Bioma cerrado.** 2017. Disponível em: <<http://www.ibram.df.gov.br/informacoes/meio-ambiente/bioma-cerrado.html>>. Acesso em: 25 set. 2017.

IRVING, Marta et al. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo** , Rio de Janeiro, v. 5, n. 4, p. 1-7, jan. 2005. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/98/93>>. Acesso em: 12 out. 2017.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Metodologia do Trabalho Científico.** 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LIMA, Diogo. REFORMA NEOMALTHUSIANA E MOVIMENTO AMBIENTALISTA: POPULAÇÃO E MEIO AMBIENTE. **REVISTA GEONORTE**, Amazonas, v. 7, n. 1, p. 575-589, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufam.edu.br/revista-geonorte/article/download/1191/1074>>. Acesso em: 14 out. 2017.

LOHMAN, Guilherme; PANOSSO NETO, Alexandre. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008. p.26-36 e 50-55

MATOS, B.G; BARBOSA, M.L.A.; MATOS, M.B.A. **Consumo Colaborativo e Relacional No Contexto do Turismo (...)**. Revista Hospitalidade. São Paulo, volume 13, n.01, p. 218-241, agosto de 2016.

MAURER, A.M. FIGUEIRÓ, P. S. CAMPOS, S. A. P. SILVA, V. S. BARCELLOS, M. D. **Yes, we also can! O Desenvolvimento de Iniciativas de Consumo Colaborativo no Brasil**. In: Encontro da ANPAD, 36. Anais...Rio de Janeiro: Anpad, 2012.

MICHAEL JONAS. **Desenvolvimento sustentável ou sociedades sustentáveis: da crítica dos modelos aos novos paradigmas**. 2017. Disponível em: <http://www.michaeljonas.com.br/meu%20trabalho/fca_grad/economia%20ii/apo/developmento%20sustentavel.pdf>. Acesso em: 13 out. 2017.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria método e criatividade**. 17ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. 80 p.

MOESCH, Marutschka Martini. A produção do saber turístico. São Paulo: Contexto, 2000.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. **Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios**. RAC, Curitiba, v. 15, n. 4, ago. 2011.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (Org.). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. **Anuário turístico 2016**. 2016. Disponível em: <http://observatorio.setur.df.gov.br/files/2314/6740/7595/anuario_final.pdf>. Acesso em: 25 set. 2017.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. **Perfil do turista**. 2013. Disponível em: <<http://observatorio.setur.df.gov.br/index.php/turista/>>. Acesso em: 27 set. 2017.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. **Relatório da oferta turística do Distrito Federal - 2015**. 2015. Disponível em: <http://observatorio.setur.df.gov.br/files/4614/5201/2580/relatorio_da_oferta_-_final.pdf>. Acesso em: 25 set. 2017.

POLÍTICA Ambiental - **Economia Verde Desafios e oportunidades**. Belo Horizonte: Conservação Internacional Brasil, 2011. Disponível em: <https://www.conservation.org/global/brasil/publicacoes/Documents/politica_ambiental_08_portugues.pdf>. Acesso em: 16 out. 2017.

REPOSITÓRIO UFF. **Novas dinâmicas de consumo turístico no ambiente virtual: compartilhamento de experiências sobre meios de hospedagem no**

tripadvisor durante a copa do mundo de 2014. 2015. Disponível em: <<http://www.repositorio.uff.br/jspui/bitstream/1/1729/1/361%20-%20jean%20viana.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2017

RICARDO ABRAMOVAY. **A economia híbrida do século xxi.** 2014. Disponível em: <http://ricardoabramovay.com/wp-content/uploads/2015/02/a-economia-h%c3%adbrida_do-s%c3%a9culo-xxi_de-baixo-para-cima_abramovay_12_2014.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2017.

RODRÍGUEZ-ANTÓN, J. M. et al. **La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España.** Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, Valencia, n. 88, p. 258-283, dez. 2016

ROHDEN, Simoni et al. Consumo colaborativo: economia, modismo ou revolução?. **Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 4, n. 2, p. 09-24, jul. 2015. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/148056/001001183.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

ROPKE, Inge. **The dynamics of willingness to consume.** Elsevier, Lyngby, Dinamarca, p. 399-420, jan.1999. Disponível em: <https://is.muni.cz/el/1423/jaro2006/HEN581/um/Inge_Ropke_-_The_dynamics_of_willingness_to_consume.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2017.

SANTOS, Glauber. Modelos teóricos aplicados al turismo. **Estudios y perspectivas en turismo**, Buenos Aires, v. 16, n. 1, p. 1-2, mar. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005>. Acesso em: 22 out. 2017.

SERRA, Neusa; SAAD FERNANDEZ, Rafael. **ECONOMIA CRIATIVA: DA DISCUSSÃO DO CONCEITO À FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS.** **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 355-372, out. 2014. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/110253/0>>. Acesso em: 22 out. 2017.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **ANÁLISE DE CONTEÚDO: EXEMPLO DE APLICAÇÃO DA TÉCNICA PARA ANÁLISE DE DADOS QUALITATIVOS.** Qualit@s Revista Eletrônica, [S.L], 2015.

SINGER, Paul . **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

SISTEMA FIRJAN. **Brasília - DF: (ano 2013): ifdm.** 2013. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/ifdm/consulta-ao-indice/ifdm-indice-firjan-de-desenvolvimento-municipal-resultado.htm?uf=df&idcidade=530010&indicador=1&ano=2013>>. Acesso em: 23 set. 2017.

SOUZA, Lucas; TEIXEIRA, Rogério. **Economia ecológica, economia solidária e o pensamento econômico de E. F. Schumacher.** FAE, Curitiba, v. 17, n. 1, p. 96-109, jan. 2014. Disponível em: <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/8/8>>. Acesso em: 22 out. 2017.

SPC BRASIL. **Consumo colaborativo no Brasil**. Disponível em: <file:///c:/users/la%c3%adsa/downloads/analise_consumo_consciente.pdf>. Acesso em: 07 out. 2017.

UNIDADES DE CONSERVAÇÃO. **Unidades de conservação - filtro**. 2017. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidades-de-conservacao?q=df&search=>>>. Acesso em: 21 set. 2017.

VERSCHOORE, Jorge Renato; SCHEFFLER, Camila Hollmann; SILVA, Paula Maines Da. **CONSUMO COLABORATIVO NO BRASIL: Um Estudo Multicaso da Trajetória dos Mercados de Redistribuição**. Perspectivas Contemporâneas, [S.L], v. 11, n. 3, p. 39-62, set./nov. 2017.

APÊNDICES

Apêndice 1

Roteiro Entrevista Semiestruturada – Sócio-Fundador do Fleety (compartilhamento de carros)

Dados Pessoais

Nome Completo	
Idade	
Escolaridade	
Cargo do Órgão/ Há quanto tempo	

Dados Específicos

- 1- Como surgiu a ideia da criação do Fleety? Houve algum diagnóstico?
Como foi feito?
- 2- Quais os principais desafios no processo de implementar e dar
continuidade a uma proposta de economia colaborativa no mercado?
- 3- A partir da experiência com uma iniciativa de economia colaborativa,
quais os principais impactos identificados na operacionalização da
ferramenta?
- 4- Como a proposta foi recebida pelo mercado/usuários?
- 5- O que faltou para a iniciativa se sustentar por um maior período?

Apêndice 2

Roteiro Entrevista Semiestruturada – Representantes da SETUL/DF

Dados Pessoais

Nome Completo	
Idade	
Escolaridade	
Cargo do Órgão/ Há quanto tempo	

Dados Específicos

- 1- Quais os principais problemas identificados pela SETUL do setor de turismo do DF?
- 2- Quais os principais desafios/dificuldades encontrados pela SETUL no processo de desenvolvimento do turismo no DF?
- 3- O que você acha que o turismo em Brasília poderia explorar e ainda não explora? Por que não é explorado ainda? Há problemas?
- 4- O que a SETUL tem feito de inovador para o turismo no DF? O que tem feito para mitigar os problemas mencionados?
- 5- Conhece/a SETUL tem iniciativas de economia colaborativa?
- 6- Conhece iniciativas de economia colaborativa relacionadas à área de turismo no DF? A SETUL se apoia em alguma delas?

Apêndice 3

Roteiro Entrevista Semiestruturada – Representante do MTur

Dados Pessoais

Nome Completo	
Idade	
Escolaridade	
Cargo do Órgão/ Há quanto tempo	

Dados Específicos

- 1- O que o MTur tem feitos nos últimos anos que seja inovador nas propostas?
- 2- Dentro do PNT em elaboração existe alguma proposta que inclua economia colaborativa? Se sim, quais?
- 3- Quais, na sua opinião, são os principais desafios que o setor público encontra na maior inclusão dessas iniciativas nos programas?
- 4- Como, na sua opinião, a economia colaborativa poderia contribuir para o turismo no DF?
- 5- Quais exemplos conhece que existem ou que poderiam ser aplicados no DF?
- 6- Como o setor de turismo (público e privado) tem sido impactado com essas iniciativas?