

A economia colaborativa no turismo (alojamento temporário de não residentes)

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.100.11>

Manuel David Masseno*

* Investigador Sénior do Laboratório UbiNET – Segurança Informática e Cibercrime do Instituto Politécnico de Beja.

Resumo: Este capítulo descreve e analisa, em termos breves e desde uma perspetiva crítica, os dois modelos de negócio mais relevantes no que se refere ao alojamento turístico na denominada “economia de plataforma”, o da *Airbnb* e o da *CouchSurfing*.

Palavras-chave: *Airbnb* – *Couchsurfing* – modelo de negócio – partilha – turismo.

Sumário: 1. O objeto. 1.1. O “Turismo”. 1.2. A “Economia de Partilha”. 1.3. As “Outras Partilhas” no Alojamento Turístico. 2. Os Casos. 2.1. A *Airbnb*. 2.2. A *CouchSurfing*. Referências.

Abstract: This chapter describes and analyses, briefly and from a critical perspective, the two most relevant business models regarding tourism hospitality industry at the so called “platform economy”, those of *Airbnb* and *CouchSurfing*.

Keywords: *Airbnb* – *CouchSurfing* – business model – sharing – tourism.

Summary: 1. The subject. 1.1. “Tourism”. 1.2. The “Sharing Economy”. 1.3. The “Other Shares” at Tourism Hospitality. 2. The Cases. 2.1. *Airbnb* 2.2. *Couchsurfing*.

1. O objeto

1.1. O “Turismo”

Uma primeira questão a enfrentar prende-se com a determinação do que há a entender por “Turismo”, para além de pré-entendimentos... empíricos. Com efeito, a dificuldade de identificar uma tal realidade é assumida pelos especialistas na matéria, os quais acabam procurando arrimo em critérios de ordem formal, definidos institucionalmente¹.

Assim, e antes de tudo, temos as referências da Nações Unidas, inclusive anteriores à constituição da Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO):

«Para fins estatísticos, a expressão ‘visitante’ denota uma pessoa que visita um país diferente daquele em que tem normalmente a sua residência, com fins diferentes de exercer uma ocupação remunerada no país que visita. Esta definição compreende:

- Turistas, a saber, visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no país que visitam; as finalidades da sua viagem podem classificar do seguinte modo: a) prazer, distração, férias, instrução, religião e desporto; b) negócios, família, missões e reuniões;
- Excursionistas, a saber, visitantes que permanecem menos de 24 horas no país que visitam (incluindo os viajantes que realizam cruzeiros).»².

Por sua vez, a União Europeia apenas tem por referência o “alojamento turístico coletivo”, já que:

«Os tipos de estabelecimentos de alojamento em causa são os seguintes:

1 Para uma apresentação de tais debates, temos Cunha, Licínio, “A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário”, in *ReCil – Grupo Lusófona*, 2010, disponível em <http://hdl.handle.net/10437/665>, e Bernardo, Edgar, “Uma Introdução ao Turismo – Conceitos, classificações e tipologias”, in *CIES e-Working Papers* n.º 164/2013, 2013, disponível em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9851/1/CIES-WP164_Bernardo.pdf.

2 Recomendação sobre a definição da expressão “Visitante” e da expressão “Turista” para fins de Estatística Internacional, aprovada pela Primeira Conferência das Nações Unidas sobre Viagens e Turismo Internacionais, em Roma, a 5 de setembro de 1963 (Docs. n. E/CONF.47/18).

1. Estabelecimentos hoteleiros e similares;
2. Outros estabelecimentos de alojamento coletivo, entre os quais:
 - 2.1. Parques de campismo;
 - 2.2. Residências turísticas;»³.

Porém e ainda no âmbito da União Europeia, temos uma definição mais ampla de “Serviço de viagem”, enquanto integrada por:

- a) O transporte de passageiros;
- b) O alojamento que não seja parte integrante do transporte de passageiros e não tenha fins residenciais;
- c) O aluguer de carros ou de outros veículos a motor na aceção do artigo 3.º, ponto 11, da Diretiva 2007/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, ou de motociclos que exijam uma carta de condução da categoria A nos termos do artigo 4.º, n.º 3, alínea c), da Diretiva 2006/126/CE do Parlamento Europeu e do Conselho;
- d) Qualquer outro serviço turístico que não seja parte integrante de um serviço de viagem, na aceção das alíneas a), b) ou c).»⁴.

Finalmente, na nossa “lei de bases das políticas públicas de turismo”, são definidos como:

- «“Turismo”, o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as atividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades;» e
- «“Turista”, a pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o da residência habitual e a sua deslocação não tenha

³ Art. 2.º, alínea a), da Diretiva 95/57/CE do Conselho, de 23 de novembro de 1995, relativa à recolha de informações estatísticas no sector do turismo. Depois, esta matéria foi regulamentada através Decisão da Comissão de 9 de dezembro de 1998 relativa às modalidades de aplicação da Diretiva 95/57/CE do Conselho relativa à recolha de informações estatísticas no sector do turismo, a qual define “Alojamento turístico” como «Qualquer estabelecimento que forneça regularmente ou ocasionalmente dormidas a turistas», Anexo I, 1.1.

⁴ Art. 3.º, alínea 1), da Diretiva (UE) 2015/2302 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de novembro de 2015, relativa às viagens organizadas e aos serviços de viagem conexos, que altera o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 e a Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho e revoga a Diretiva 90/314/CEE do Conselho. Esta Diretiva foi transposta pelo Decreto-Lei n.º 17/2018, de 8 de março, e estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo, transpondo a Diretiva (UE) 2015/2302, constando uma “Definição” análoga no art. 3.º, n.º 1, alínea m).

como motivação o exercício de atividade profissional remunerada no local visitado;»⁵.

Enquanto isso e seguindo uma sequência de afastamento desde um núcleo central:

«1 – São fornecedores de produtos e serviços turísticos as pessoas singulares ou coletivas que exerçam uma atividade organizada para a produção, comercialização, intermediação e gestão de produtos e serviços que concorram para a formação de oferta turística nacional, nomeadamente:

- a) Agências de viagens e turismo;
- b) Empresas ou entidades exploradoras de empreendimentos turísticos;
- c) Empresas de aluguer de veículos de passageiros sem condutor;
- d) Empresas de animação turística e operadores marítimo-turísticos;
- e) Estabelecimentos de restauração e bebidas;
- f) Empresas concessionárias de jogos de fortuna e azar;
- g) Entidades prestadoras de serviços na área do turismo social;
- h) Empresas de transporte aéreo, rodoviário, ferroviário e marítimo de passageiros e entidades gestoras das respetivas infraestruturas de transporte.

2 – Considera-se, ainda, que concorrem para a formação da oferta turística os estabelecimentos de alojamento local, as empresas organizadoras de eventos, congressos e conferências, bem como os agentes económicos que, operando noutros sectores de atividade, sejam responsáveis pela gestão e exploração de equipamentos e recursos turísticos.»⁶.

Assim, verificamos que o ponto de sobreposição dos diversos critérios está no alojamento temporário e em locais diferentes do de residência habitual. Aliás, os estudos a propósito da realidade da “Economia Partilhada”, ao abordar o “Turismo”, fazem-no desde esta mesma perspetiva, embora não

⁵ Art. 2.º, alíneas a) e c), do Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de agosto, que estabelece as bases das políticas públicas de turismo, enquanto sector estratégico da economia nacional, e define os instrumentos para a respetiva execução.

⁶ *Ibidem*, art. 18.º

explicitem geralmente as razões da opção⁷. Do mesmo modo, a própria organização interna do Projeto aponta para uma separação entre o “Turismo” e o “Transportes”/“Mobilidade”.

Conseqüentemente, iremos centrar-nos em modelos de negócios relativos ao alojamento temporário de não residentes. Embora os mesmos compo-tem, até frequentemente, atividades diversas, relativas ao denominado como “turismo experiencial”, desde as visitas a atrações várias, incluindo a bares e restaurantes, até oficinas de culinária ou de jardinagem.

1.2. A “Economia de Partilha”

Depois, no que refere à “Economia de Partilha” e sem entrar no correspondente debate, por tal não nos caber, consideramos fazer o maior sentido mapear as diferentes possibilidades.

Assim, é fundamental distinguir entre o denominado “consumo colaborativo”, com a utilização temporária de bens, neste caso com a prestação acessória de serviços, com empresas que criaram mercados a partir de plataformas digitais, superando as insuficiências de informação entre os donos dos alojamentos e os turistas, com a “partilha verdadeira”, assumindo a segunda uma base comunitária e dirigida à reciprocidade, sem fins lucrativos para a organização que opera a plataforma de encontro. Em síntese, temos uma “pseudo-partilha”, orientada à exploração mais eficiente de bens duradouros, a não ser confundida com a “partilha” em sentido próprio, realizada por “pares”⁸.

7 Assim, Juul, Maria, *Tourism and the sharing economy*, EPRS – European Parliamentary Research Service, PE 595.897, 2017, disponível em [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI\(2017\)595897_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf), bem como PricewaterhouseCoopers, *The Sharing Economy*, 2015, disponível em https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf, e ainda Banco BPI Research, “A economia da partilha (*sharing economy*): de fenómeno emergente a peça fundamental da revolução digital”, julho-agosto de 2018, disponível em https://bancobpi.pt/nocache-content/conn/UCM/uuid/dDocName:PR_WCS01_UCM01069978.

8 Sobre estas questões e por todos, além de Juul, Maria, *op. cit.*, PricewaterhouseCoopers, *op. cit.*, e Banco BPI Research, *op. cit.*, são de atender aos quadros conceptuais enunciados e debatidos por Codagnone, Cristiano; Martens, Bertin. “Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues”, Institute for Prospective Technological Studies, Digital Economy Working Paper 2016/01 – JRC100369, 2016, disponível em <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf>, e ainda por Gata, João E., “A economia de partilha”, in *Revista de Concorrência e de Regulação*, A. VII, n.º 26, 2016, pp. 193-219, disponível em http://www.concorrenca.pt/vPT/Estudos_e_Publicacoes/Revista_CR/Documents/Revista%20C_R%2026.pdf, também relevantes para referências adicionais.

Daí a decisão de apresentar duas plataformas distintas, uma com fins lucrativos, a *Airbnb*, e outra sem tais fins, a *Couchsurfing*. Como veremos, enquanto as dimensões colaborativas ou de partilha estão ausentes daquela, constituem a razão de ser desta⁹.

1.3. As “Outras Partilhas” no Alojamento Turístico

Sempre no que se refere ao alojamento turístico, faz ainda sentido distinguir esta “Economia de Partilha” de outras formas de partilha de alojamentos, com vista à sua exploração económica e contando com estruturas próprias destinadas à intermediação.

Assim, desde os anos '80 do Século XX, temos a chamada “propriedade plural em empreendimentos turísticos” ou “condo-hotéis”. Nestes, existem unidades de alojamento pertencentes a múltiplos proprietários, os quais reservam para si a utilização das mesmas por períodos determinados do ano, ou em termos subsidiários à ocupação hoteleira, mas com a respetiva administração a ser realizada por uma “entidade exploradora” única e com uma redução das faculdades dos seus titulares, que vai muito além da comum no que se refere à propriedade horizontal. Entre nós, esta modalidade foi bastante comum, sobretudo no Algarve, pois permitiu orientar as poupanças de muitos emigrantes portugueses para o investimento turístico, obtendo rendimentos quando não se encontravam de férias no país, estando especificamente disciplinada por lei¹⁰.

Por outro lado e também desde há cerca 40 anos, o *Time-Sharing* é uma realidade no que se refere à oferta turística, mas com a aquisição de direitos que permitem a utilização cíclica de bens determinados, embora com a possibilidade de trocas através de estruturas de intermediação, e/ou colocando tais bens no mercado de alojamento turístico para serem explorados, sempre por via de tais estruturas. Para tanto e além do “direito real de

9 Para uma análise destas diferenças, sobretudo de cultura, entre ambas, *vide* Yannopoulou, Natalia; Moufahim, Mona; Bian, Xuemei, “User-Generated Brands and Social Media: Couchsurfing and Airbnb”, in *Contemporary Management Research*, Vol. 9, n.º 1, 2013, disponível em <http://www.cmr-journal.org/article/view/11116>.

10 Atualmente disciplinada pelo Capítulo VIII, arts. 52.º a 64.º do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, que estabelece o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, tal como alterado, por último, pelo Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho.

habitação periódica”, releva especialmente o “direito de habitação turística”¹¹, integrado este tanto por:

- «a) Contratos de utilização periódica de bens, entendendo-se estes como os contratos de duração superior a um ano, mediante os quais o consumidor adquire, a título oneroso, o direito de utilizar um ou mais alojamentos, por mais do que um período de ocupação, que não configure um direito real de habitação periódica; [como também por]
- b) Contratos de aquisição de produtos de férias de longa duração, entendendo-se estes como os contratos de duração superior a um ano, mediante os quais o consumidor adquire, a título oneroso, o direito a beneficiar de descontos ou outras vantagens a nível de alojamento, por si só ou em combinação com serviços de viagens ou outros, nomeadamente contratos referentes a cartões e clubes de férias, cartões turísticos ou outros de natureza semelhante.»

2. Os Casos

2.1. A Airbnb

Atualmente, a *Airbnb* (www.airbnb.pt) é a maior e mais conhecida plataforma de reservas de alojamento não hoteleiro. Porém, a mesma conta com a concorrência de outras plataformas, tais como a *Tripping.com* (www.tripping.com/vacation-rentals/portugal), a *VRBO* (www.vrbo.com/pt-pt/), a *HouseTrip* (www.housetrip.com), a *RedAwning* (www.redawning.com/category/region/portugal), a *9flats* (www.9flats.com/pt/portugal) ou, ainda, a *Wimdu* (www.wimdu.com/portugal), todas elas atuando no mercado português.

Muito sinteticamente, resulta que a *Airbnb* surgiu em São Francisco, em outubro de 2007. Os seus fundadores, Brian Chesky e Joe Gebbia, tiveram a ideia de oferecer colchões insufláveis (*air*) no seu apartamento, a 80 dólares a noite, numa ocasião na qual todos os alojamentos da cidade estavam sobrelotados devido a um evento, no qual eles estavam também envolvidos.

11 Nos termos do Decreto-Lei n.º 180/99, de 22 de maio, que estabelece o regime jurídico da habitação periódica e da habitação turística, tal como alterado pelo Decreto-Lei n.º 37/2011, de 10 de março, depois da transposição da Diretiva 2008/122/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de janeiro de 2009, sobre a proteção do consumidor relativamente a determinados aspetos dos contratos de utilização periódica de bens, de aquisição de produtos de férias de longa duração, de revenda e de troca, sendo a transcrição do art. 45.º, n.º 2.

A oferta teve sucesso, apesar de nenhum dos hóspedes se conhecer entre si, nem aos hospedeiros.

Daí, resolveram explorar a ideia, fundando a *Air Bed & Breakfast*, destinada a facultar dormidas baratas por ocasião de festivais de música ou iniciativas similares. Por essa altura, Nate Blecharczyk aderiu ao projeto e obtiveram um primeiro financiamento da *Y Combinator*, seguido de um outro da *Sequoia Capital*¹².

Inicialmente, a oferta era sobretudo composta por quartos, partes de casas ou segundas residências cujos proprietários pretendiam rentabilizar. Muitas vezes, existia mesmo um interesse genuíno em conhecer e trocar experiências com os hóspedes, com uma atitude semelhante à do que conhecemos no “turismo de habitação” em Portugal.

Depois, foram sendo dados passos no sentido de ser a própria *Airbnb* a promover cada oferta com fotografias profissionais dos espaços, passando em simultâneo a ser “verificada pela Airbnb”, também reforçando a confiança dos hóspedes potenciais. O mesmo objetivo esteve na base da disponibilização de seguros, neste caso destinados também à proteção dos titulares dos alojamentos, ou ainda facultando meios de determinação mais precisa e permanentemente atualizada dos preços a serem cobrados¹³.

Entretanto, esses espaços de partilha foram dando lugar a uma oferta composta sobretudo por apartamentos e casas. E, quase sempre, estes edifícios estão destinados em exclusivo ao alojamento de curta duração, sendo muito frequentemente explorados por empresas com dezenas de unidades de alojamento¹⁴, enquanto a *Airbnb* se tornou na maior empresa de reserva de tais alojamentos.

12 “Scaling Airbnb from the Living Room to Across the Globe”, entrevista a Joe Gebbia, ZURB, 26 de outubro de 2012, disponível em <https://zurb.com/soapbox/joe-gebbia-s-soapbox>.

13 No que se refere a este crescimento e consolidação, vide Guttentag, Daniel, “Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector”, in *Current Issues in Tourism*, n.º 18, 2013, pp. 1192-1217, disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2013.827159>, e, também, Zervas, Giorgios; Proserpio, Davide; Byers, John W., “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry”, in *Journal of Marketing Research*, n.º 54, 2017, pp. 687-705, disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1509/jmr.15.0204>.

14 A este propósito, em muito elucidativa a entrevista de Brian Chesky, cofundador e CEO da *Airbnb*, a John Arlidge, do *The Sunday Times*, publicada em Portugal pelo caderno *MUST* do *Jornal de Negócios*, no dia 4 de setembro último, disponível em <https://www.must.jornaldenegocios.pt/viver/detalhe/a-airbnb-precisa-de-mudar-temos-de-regressar-ao-essencial>.

Embora os “Termos de Serviço para Utilizadores Europeus” da *AirBnB* estejam disponíveis, inclusive em Língua Portuguesa (www.airbnb.pt/terms), descrevendo o conteúdo dos mesmos, assim como os deveres recíprocos das diversas partes, a caracterização do respetivo modelo de negócio resulta muito claramente do Processo *AirBnB Ireland*, um reenvio prejudicial para o Tribunal de Justiça da União Europeia^{15/16}.

Assim e antes de mais, o modelo de negócio da *AirBnB* foi caracterizado nos seguintes termos, nas *Conclusões* do Advogado-Geral Maciej Szpunar, apresentadas em 30 de abril de 2019:

«A AIRBNB Inc., sociedade com sede nos Estados Unidos, é a sociedade-mãe do grupo AIRBNB.

A AIRBNB Ireland UC, sociedade de direito irlandês com sede em Dublin (Irlanda), faz parte do grupo AIRBNB e é detida a 100 % pela AIRBNB Inc. A AIRBNB Ireland gere, para todos os utilizadores estabelecidos fora dos Estados Unidos, uma plataforma *on line* que tem como finalidade pôr em contacto, por um lado, anfitriões (profissionais e particulares) que dispõem de locais de alojamento para locar e, por outro, pessoas que procuram esse tipo de alojamento. [...]

Conforme resulta dos factos no processo principal e das explicações avançadas por algumas das partes, bem como das condições de utilização do serviço aplicáveis aos utilizadores da União da plataforma em causa, a AIRBNB Ireland gere uma plataforma eletrónica que permite pôr em contacto, por um lado, anfitriões que dispõem de locais de alojamento para locar e, por outro, pessoas que procuram esse tipo de alojamento.

A AIRBNB Ireland centraliza os anúncios na sua plataforma, pelo que a procura de alojamento para locar pode ser efetuada em função de

15 Precisamente, refiro-me ao Processo C-390/18, *Airbnb Ireland*, disponível em <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-390/18>.

16 Antes e por exemplo, já o fora, *oficiosamente* e de um modo sintético, por Juul, Maria, *op. cit.*: «One of the most discussed examples is Airbnb – an online platform where people can book rooms/accommodation. The basic idea behind Airbnb is not new: it helps those who want to provide short-term rentals to get in touch with those who want to rent these spaces (tourists, people who have just moved to a new city, etc.). What is new is the speed and scale at which the peer-to-peer business model together with the development of high-speed internet has made short-term home rentals a common practice [...] Airbnb itself does not own, rent, manage or control the properties that are rented out on its website. Its tasks are limited to listing spaces, processing payments, acting as an escrow and offering damage insurance to hosts. The company takes a 9-12% service fee for each reservation.»

diversos critérios, independentemente do local onde se encontra o potencial locatário. Os resultados da busca efetuada, por exemplo, em função do destino e do período pretendido são afixados sob a forma de lista dos locais de alojamento acompanhados das respectivas fotografias e de informações gerais, nomeadamente os preços. Em seguida, o utilizador dessa plataforma pode aceder a informações mais detalhadas sobre cada local de alojamento e, com base nelas, efetuar a sua escolha.

Cabe ao locador fixar os preços, o calendário das disponibilidades e os critérios de reserva, bem como definir um regulamento interno que os eventuais locatários terão de aceitar. Além disso, os anfitriões têm de selecionar uma das opções pré-definidas pela AIRBNB Ireland no que respeita às condições de anulação da locação do seu alojamento.

Os serviços prestados pela AIRBNB Ireland não se limitam à disponibilização de uma plataforma que permite aos locadores e aos locatários entrar em contacto.

Antes de mais, a AIRBNB Ireland instituiu um sistema em que o locador e o locatário podem deixar uma apreciação sobre a outra parte por meio de uma classificação que varia entre zero e cinco estrelas. As classificações, acompanhadas de eventuais comentários, estão acessíveis na plataforma aos locadores e aos locatários.

Em seguida, em determinados casos, designadamente quando um locador obtém classificações medíocres, comentários negativos ou anula reservas confirmadas, a AIRBNB Ireland pode proceder à suspensão temporária do anúncio, à anulação de uma reserva, ou mesmo à proibição de acesso ao sítio.

Por último, a AIRBNB Ireland propõe igualmente ao locador (i) um modelo que define o conteúdo da sua proposta (ii) um serviço de fotografia (iii) um seguro de responsabilidade civil (iv) uma cobertura de danos até 800 000 euros e (v) uma ferramenta de estimativa do preço que deve praticar pela sua locação em função dos preços médios de mercado extraídos da plataforma.

No grupo AIRBNB, a AIRBNB Payments UK Ltd, sociedade de direito britânico com sede em Londres, presta serviços de pagamento em

linha aos utilizadores da plataforma eletrónica da AIRBNB Ireland e gere as atividades de pagamentos do grupo na União Europeia. Assim, quando o locador aceita um locatário, este efetua um pagamento à AIRBNB Payments UK cujo montante corresponde ao preço da locação, acrescido de um valor entre 6 e 12 % a título de taxas e do serviço prestado pela AIRBNB Ireland. A AIRBNB Payments UK mantém os fundos numa conta em nome do locador e em seguida, 24 horas após o check in do locatário, o locador recebe os fundos por transferência, o que permite assim ao locatário ter a garantia da existência do bem e ao locador a garantia do pagamento.

Assim, os internautas franceses celebram um contrato com a AIRBNB Ireland para efeitos da utilização do sítio (inserção de anúncio, reservas), por um lado, e com a AIRBNB Payments UK no que respeita aos pagamentos efetuados através desse sítio, por outro.»

Depois, no Acórdão proferido em 19 de dezembro de 2019, o TJUE confirmou que:

«A Airbnb Ireland UC, sociedade de direito irlandês, com sede em Dublin (Irlanda), faz parte do grupo Airbnb, composto por várias sociedades detidas direta ou indiretamente pela Airbnb Inc., esta última com sede nos Estados Unidos. A Airbnb Ireland oferece, mediante o pagamento de uma comissão, uma plataforma eletrónica cuja finalidade é pôr em contacto, em particular em França, por um lado, anfitriões, profissionais e particulares que dispõem de locais de alojamento para locar e, por outro, pessoas que procuram esse tipo de alojamento. A Airbnb Payments UK Ltd, sociedade de direito britânico, com sede em Londres (Reino Unido), por sua vez, presta serviços de pagamento em linha, no quadro dessa mediação, e gere as atividades de pagamento do grupo na União Europeia. Além disso, a Airbnb France SARL, sociedade de direito francês, prestadora de serviços da Airbnb Ireland, está encarregada de promover esta plataforma junto de utilizadores no mercado francês, através da organização, nomeadamente, de campanhas publicitárias dirigidas a públicos-alvo.

Além deste serviço de mediação entre locadores e locatários através da sua plataforma eletrónica que centraliza as ofertas, a Airbnb Ireland propõe aos locadores um certo número de outros serviços, como um modelo que define o conteúdo da sua oferta, opcional, um

serviço de fotografia, igualmente opcional, um seguro de responsabilidade civil e uma cobertura de danos até 800 000 euros. Disponibiliza-lhes ainda um instrumento opcional para calcular o preço da sua locação tendo em conta as médias de mercado resultantes desta plataforma. Por outro lado, se um locador aceitar um locatário, este último transfere para a Airbnb Payments UK o valor da renda, acrescido de 6 % a 12 % desse montante a título dos encargos e do serviço fornecido pela Airbnb Ireland. A Airbnb Payments UK conserva os fundos em nome do locador e, a seguir, 24 horas após a entrada do locatário nas instalações, envia-os para o locador por meio de transferência, permitindo, assim, ao locatário, ter a certeza da existência do imóvel e, ao locador, ter a garantia do pagamento. Por último, a Airbnb Ireland instituiu um sistema em que o locador e o locatário podem fazer uma apreciação através de uma classificação que varia entre zero e cinco estrelas, estando esta apreciação disponível na plataforma eletrónica em causa.

Na prática, como explica a Airbnb Ireland, um internauta que procura um alojamento para locar liga-se à plataforma eletrónica homónima, indica o local para onde quer ir, o período e o número de pessoas. Nesta base, a Airbnb Ireland fornece-lhe a lista dos alojamentos disponíveis que correspondem a estes critérios, para que selecione o que preferir e proceda à sua reserva em linha.

Neste contexto, os utilizadores da plataforma eletrónica em causa, quer sejam locadores quer locatários, celebram um contrato com a Airbnb Ireland, para a utilização desta plataforma, e com a Airbnb Payments UK, para os pagamentos realizados através da referida plataforma.»

2.2. A CouchSurfing

A ideia subjacente ao lançamento da *CouchSurfing* (www.couchsurfing.com) surgiu a Casey Fenton (www.caseyfenton.com) em 1999, depois de ele não conseguir encontrar qualquer alojamento em Reiquiavique. Em desespero de causa, acedeu à base de dados da Universidade da Islândia e enviou 1500 mensagens de correio eletrónico a estudantes escolhidos aleatoriamente, pedindo alojamento gratuito, no sofá. Para sua surpresa e nesse mesmo dia, recebeu quase 100 respostas positivas.

Regressado aos EUA, registou o domínio *couchsurfing.com* e, em 2003, lançou uma versão preliminar da página, tendo também constituído a *Couchsurfing International Inc.*, como uma “*nonprofit corporation*”, em New Hampshire, de onde era natural. No ano seguinte, juntaram-se-lhe Dan Hoffer, Sebastien Le Tuan e Leonardo Silveira, com os quais avançou com a plataforma, pensada como uma rede social de pessoas interessadas em viajar e dispostas a receber outros membros nas suas casas. Nesta fase e além de alguma publicidade, funcionou com base em contributos voluntários de programadores, os quais se organizavam em *CouchSurfing Collectives* para finalidades específicas.

Entretanto, em 2011, e por razões de ordem essencialmente tributária, a *Couchsurfing International Inc.* original deu lugar a uma nova entidade, também designada *Couchsurfing International Inc.*, mas registada no Delaware como uma *C corporation*. Esta mudança permitiu-lhes obterem diversos financiamentos externos para o desenvolvimento, começando com a *Benchmark Capital* e a *Omidyar Network*. Porém, a mesma alienou uma parte dos membros, pela perda da cultura de voluntariado da plataforma em todas as suas dimensões. Nesta fase e além da publicitária, a principal fonte de receitas foi a “*Verification*”, uma função adicional que permitia garantir a identidade dos membros, assim como os seus dados, através do cartão de crédito, de modo a reforçar a confiança de quem se disponibiliza a recebê-los¹⁷.

Em maio de 2020 e com a Pandemia, a *Couchsurfing* sofreu uma quebra muito forte de receitas publicitárias, ao ponto de ter abandonado todas as suas instalações e passado a funcionar em termos apenas virtuais, com todo o pessoal remanescente em teletrabalho. Mas, não sendo suficiente, está a procurar reinventar-se como uma rede social com membros pagantes de mensalidades ou anuidades, a partir da “*Verification*”, mas renunciando à publicidade como contrapartida neste regresso tentado à cultura comuni-

17 Para mais desenvolvimentos relativamente à origem e à evolução da *CouchSurfing*, são de atender os estudos de Lauterbach, Debra *et al.*, “Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com”, in *2009 International Conference on Computational Science and Engineering*, IEEE, 2009, disponível em <https://ieeexplore.ieee.org/document/5284060>, e de Zuev, Dennis, “Couchsurfing as a spatial practice: accessing and producing xenotopos”, in *Hospitality & Society*, Vol. 1, n.º 3, 2012, pp. 227-244, disponível em https://www.researchgate.net/publication/272274087_CouchSurfing_as_a_spatial_practice_Accessing_and_producing_xenotopos, assim como o artigo curto de Baker, Vicky, “Not-for-profit Couchsurfing becomes a company (with a conscience)”, in *The Guardian*, de 26 de agosto de 2011, disponível em <https://www.theguardian.com/travel/2011/aug/26/couchsurfing-investment-budget-travel>.

tária inicial. Em qualquer caso, continuariam a não ser cobradas quaisquer comissões ou outros serviços aos membros pelos alojamentos efetivados¹⁸.

Dos “*Terms of use*” (www.couchsurfing.com/about/terms-of-use/) e das demais informações facultadas, apenas em Inglês, tal como as outras redes sociais, a *Couchsurfing* assenta na criação de perfis, nos quais os membros, *Surfers*, se identificam em termos pessoais, geográficos e de interesses (<https://about.couchsurfing.com/about/how-it-works/>). Existe também espaço para dar a conhecer o respetivo alojamento, incluindo fotografias, assim como da disponibilidade, e termos, para receber outros membros da rede, embora tal não seja obrigatório. Adicionalmente, são facultados meios para organizar eventos comuns, pelos ditos *Couchsurfing Ambassadors*, ou para dar resposta a outros, como conferências ou concertos.

No entanto, salvo no que decorre da “*Verification*”, a plataforma não assume qualquer compromisso quanto à veracidade das informações inseridas pelos *Surfers*, nem muito menos responde pela conduta destes, tanto enquanto hóspedes como na qualidade de hospedeiros. No entanto, monitoriza os conteúdos, de modo a expurgar os impróprios, assim como à suspensão ou exclusão permanente de perfis através do seu *Trust and Safety Team* (<https://about.couchsurfing.com/about/policies/>).

Com efeito, os próprios contactos para aferir da disponibilidade para receber outro *Surfer* em casa são feitos diretamente e a aceitação é livre por inteiro, o que até tem levantado questões de discriminação étnica ou de género, relativamente às quais a *Couchsurfing* se manifesta como alheia. Adicionalmente, os membros são incentivados a relatarem as suas experiências, o que constitui uma referência importante para os demais. Ainda assim, a Segurança é a principal questão e fica sempre por conta de cada membro, como antes referimos (<https://about.couchsurfing.com/about/safety/>).

18 A propósito desta mudança de paradigma, é de atender ao artigo da SH/FTER – SAPO, de 20 de maio de 2020, “Entre a morte e a nova vida do Couchsurfing”, disponível em <https://shifter.sapo.pt/2020/05/couchsurfing-comunidade/>.

Referências

Baker, Vicky, "Not-for-profit Couchsurfing becomes a company (with a conscience)", in *The Guardian*, de 26 de agosto de 2011, disponível em <https://www.theguardian.com/travel/2011/aug/26/couchsurfing-investment-budget-travel>.

Banco BPI Research, "A economia da partilha (*sharing economy*): de fenómeno emergente a peça fundamental da revolução digital", julho-agosto de 2018 https://bancobpi.pt/nocachecontent/conn/UCM/uuid/dDocName:PR_WCS01_UCM01069978.

Bernardo, Edgar, "Uma Introdução ao Turismo – Conceitos, classificações e tipologias", in *CIES e-Working Papers* n.º 164/2013, 2013, disponível em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9851/1/CIES-WP164_Bernardo.pdf.

Codagnone, Cristiano; Martens, Bertin. "Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues", Institute for Prospective Technological Studies, Digital Economy Working Paper 2016/01 – JRC100369, 2016, disponível em <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf>

Cunha, Licínio, "A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário", in *ReCil – Grupo Lusófona*, 2010, disponível em <http://hdl.handle.net/10437/665>.

Gata, João E., "A economia de partilha", in *Revista de Concorrência e de Regulação*, A. VII, n.º 26, 2016, pp. 193-219, disponível em http://www.concorrenca.pt/vPT/Estudos_e_Publicacoes/Revista_CR/Documents/Revista%20C_R%2026.pdf

Gebbia, Joe, "Scaling Airbnb from the Living Room to Across the Globe", entrevista a ZURB, 26 de outubro de 2012, disponível em <https://zurb.com/soapbox/joe-gebbia-s-soapbox>.

Guttentag, Daniel, "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector", in *Current Issues in Tourism*, n.º 18, 2013, pp. 1192-1217, disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2013.827159>

Juul, Maria, *Tourism and the sharing economy*, EPRS – European Parliamentary Research Service, PE 595.897, 2017 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI\(2017\)595897_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf).

Lauterbach, Debra *et al.*, "Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com", in *2009 International Conference on Computational Science and Engineering*, IEEE, 2009, disponível em <https://ieeexplore.ieee.org/document/5284060>

PricewaterhouseCoopers, *The Sharing Economy*, 2015 https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf.

SH/FTER – SAPO, de 20 de maio de 2020, "Entre a morte e a nova vida do Couchsurfing", disponível em <https://shifter.sapo.pt/2020/05/couchsurfing-comunidade/>.

The Sunday Times, entrevista de Brian Chesky, cofundador e CEO da Airbnb, a John Arlidge, publicada em Portugal pelo caderno *MUST* do *Jornal de Negócios*, no dia 4 de setembro de 2020,

disponível em <https://www.must.jornaldenegocios.pt/viver/detalhe/a-airbnb-precisa-de-mudar-temos-de-regressar-ao-essencial>.

Yannopoulou, Natalia; Moufahim, Mona; Bian, Xuemei, "User-Generated Brands and Social Media: Couchsurfing and AirBnb", in *Contemporary Management Research*, Vol. 9, n.º 1, 2013, disponível em <http://www.cmr-journal.org/article/view/11116>.

Zervas, Giorgios; Proserpio, Davide; Byers, John W., "The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry", in *Journal of Marketing Research*, n.º 54, 2017, pp. 687-705, disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1509/jmr.15.0204>.

Zuev, Dennis, "Couchsurfing as a spatial practice: accessing and producing xenotopos", in *Hospitality & Society*, Vol. 1, n.º 3, 2012, pp. 227-244, disponível em https://www.researchgate.net/publication/272274087_CouchSurfing_as_a_spatial_practice_Accessing_and_producing_xenotopos.