

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

GABRIEL GODOI DA SILVA

**UM SOFÁ POR VEZ: APROXIMAÇÕES ENTRE A VOZ INSTITUCIONAL DA
REDE *COUCHSURFING* E CONCEPÇÕES TEÓRICAS DE HOSPITALIDADE**

CAXIAS DO SUL

2020

GABRIEL GODOI DA SILVA

**UM SOFÁ POR VEZ: APROXIMAÇÕES ENTRE A VOZ INSTITUCIONAL DA
REDE *COUCHSURFING* E CONCEPÇÕES TEÓRICAS DE HOSPITALIDADE**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade Mestrado e doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade.
Linha de pesquisa: Turismo, cultura e educação.

Orientadora: Profa. Dra. Luciane Todeschini
Ferreira

CAXIAS DO SUL

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

S586s Silva, Gabriel Godoi da

Um sofá por vez : aproximações entre a voz institucional da rede
couchsurfing e concepções teóricas de hospitalidade / Gabriel Godoi da
Silva. – 2020.

98 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa
de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2020.

Orientação: Luciane Todeschini Ferreira.

1. Turismo. 2. Hospitalidade. 3. Embaixadores. I. Ferreira, Luciane
Todeschini, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 338.48

UM SOFÁ POR VEZ: APROXIMAÇÕES ENTRE A VOZ INSTITUCIONAL DA REDE *COUCHSURFING* E CONCEPÇÕES TEÓRICAS DE HOSPITALIDADE

Gabriel Godoi da Silva

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade. Área de concentração: Turismo, cultura e educação.

Aprovado em 31/03/2020

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Luciane Todeschini Ferreira (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Márcia Maria Cappellano dos Santos
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Marcina Amália Nunes Moreira
Universidade Federal de Viçosa

Profa. Dra. Marlei Salete Mecca
Universidade de Caxias do Sul

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos são dedicados a todas as pessoas com quem convivi e que me motivaram ao longo da minha trajetória acadêmica, sem vocês nada disso teria sido possível.

Agradeço ao meu pai Rafael Schons e à minha mãe Patrícia Godoi, por tudo que fizeram para que eu chegasse até aqui; saibam que eu reconheço cada hora, minuto e segundo de trabalho de vocês para a minha criação e a dos meus irmãos.

Agradeço aos meus irmãos, Eduardo, Patrick e Thiago (nenê de seu mano), pelo apoio, compreensão, por estarem do meu lado e pela relação incrível de amizade e amor que existe entre nós; vocês são as pessoas mais importantes que eu tenho hoje.

Agradeço a toda minha família, meus avós, tios (as), primos (as), cunhadas por terem sempre me apoiado e incentivado a continuar estudando, agradeço ainda cada frase dita por vocês em tom de orgulho, saibam que isso sempre foi o meu combustível.

Agradeço ao Colégio Estadual Júlio de Castilhos, onde eu ainda não sei se estudei por três anos, ou se foi apenas um delírio coletivo, agradeço às minhas ex-colegas Juliana Vargas, Raquel Rocha e Larissa Delfes; sinto-me imensamente sortudo por ter a amizade de vocês.

Agradeço ao Projeto Pescar, onde nasceu minha vontade de ser Turismólogo, em especial à orientadora Ana Paula Guedes, a todos os voluntários do projeto e aos meus ex-colegas; saibam que, no ano de 2013, dentro daquela salinha tão pequena, eu pude perceber quão grande o universo é.

Agradeço à Universidade Federal do Pampa campus Jaguarão, aos meus ex-professores, aos ex-colegas, aos amigos e a todos que estiveram comigo ao longo da graduação.

Agradeço ao Rodrigo, à Talita e à Raicilane, pela nossa amizade. Saibam que poucas pessoas fizeram tanto por mim; obrigado por acreditarem nos meus sonhos, quando nem eu mesmo acreditei. É tetra!

Agradeço aos meus amigos de Porto Alegre, Nahaiana, Fernanda, Julia, Pietro, Nathália, Eduardo e Luiza que, apesar de terem atrapalhado muito o andamento desse projeto, foram responsáveis pelos momentos de descontração.

Agradeço à Profa. Dra. Marcina Amália Nunes Moreira, pelos ensinamentos e pela compreensão, saiba que gratidão ainda é pouco para expressar a alegria que é ter você acompanhando meus passos.

Agradeço à minha orientadora Profa. Dra. Luciane Todeschini Ferreira, pelas madrugadas de estudo, pelo esforço e pela prestatividade em me atender; agradeço ainda por ter acreditado no meu tema de estudos desde o início.

Agradeço à minha colega e grande amiga Jasmine e sua família, por terem me recebido em sua casa ao longo da minha trajetória no mestrado, lar é sempre onde o coração quer estar, e eu sempre estive com vocês de coração e braços abertos.

Agradeço à Universidade de Caxias do Sul e à sua excelente infraestrutura, estendo este agradecimento:

- aos funcionários da Biblioteca Central da Universidade de Caxias Do Sul;
- aos funcionários de serviços gerais e segurança de toda universidade em especial aos do bloco 46 e bloco F.

- à Regina, secretária do PPGTURH, por ser, de longe, a pessoa mais hospitaleira e gentil de todo o programa.

Obrigado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH), da Universidade de Caxias do Sul (UCS), à Profa. Dra. Márcia Maria Cappellano dos Santos, à Profa. Dra. Marlei, à Profa. Dra. Suzana de Araújo Gastal e aos colegas de todo o programa, seja de mestrado ou de doutorado, pelos momentos que compartilhamos. Em especial, agradeço aos meus colegas da Turma 17 do Mestrado: Bruna, Carin, Iara, Mara, Nathália, Lisele e Luana, foi um prazer estar ao lado das mulheres incríveis que vocês são.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela bolsa que me foi concedida, infelizmente, vivemos tempos nebulosos, em que nos resta torcer para que outros jovens e adultos possam continuar a ter oportunidades como esta.

*Foi assim que acontecia,
Querias vir até mim a todo
momento,
e eu permitia que viesses,
o sofá prontamente te
recebia.*

Lilly Araújo

RESUMO

O presente trabalho tem como objeto de estudo uma rede mundial de viajantes, intitulada *Couchsurfing*, ao qual se propõe realizar uma releitura de sua voz institucional à luz de proposições teóricas de hospitalidade/acolhimento. Esse projeto surgiu em 2003 por iniciativa do professor Casey Fenton e atualmente conta com 12 milhões de membros, espalhados por 200 mil cidades (COUCHSURFING, 2017). Para tanto, esta pesquisa caracteriza-se como predominantemente qualitativa, com abordagem hermenêutica. O campo pesquisado é definido como “voz institucional” que engloba missão da rede, seus valores e seus usuários embaixadores no Brasil. Como técnica de coleta, optou-se pela aplicação de entrevista, via questionário encaminhado pelo *Google Forms*, ao grupo de 10 membros embaixadores, do qual obteve-se resposta de oito deles. Na compreensão interpretativa proposta, fazem-se alinhamentos a perspectivas enunciativas bakhtinianas, em que o contexto enunciativo/discursivo tem valor (a posição dos falantes no discurso, as formas de dizer). De acordo com a voz dos sujeitos entrevistados, o *Couchsurfing* “é uma rede de relações”, ou “*Couchsurfing* é uma ferramenta agradável por proporcionar ao viajante conhecer as cores e sabores de diversas culturas”. Nos termos empregados para definir *Couchsurfing*, pode-se observar a existência dos que se voltam para uma ideia de compartilhamento de relação (rede, abertura, troca e descoberta), assim como os que apresentam um caráter mais utilitário (ferramenta, forma de hospedagem, instrumento). O discurso dos embaixadores permite identificar rupturas e discordâncias entre as proposições dos conceitos apresentados no site do CS, quando apresentam suas motivações que tendem mais para objetivos pessoais e não para as motivações globais que são defendidas no discurso *online*. Outro ponto se refere à motivação dos demais usuários, visto que os embaixadores indicam uma crescente demanda de pessoas querendo economizar e que veem a rede somente como forma de obter hospedagem gratuita. Reúnem-se, nesse sentido, indícios do surgimento de uma possível nova demanda e de conflitos entre o discurso institucionalizado da rede e o discurso de seus usuários embaixadores.

Palavras-chave: Turismo. Hospitalidade. Couchsurfing. Voz institucional. Embaixadores

ABSTRACT

The present paper has as object of study a worldwide network of travelers, entitled Couchsurfing, to which it is proposed to reinterpret its institutional voice with theoretical propositions of hospitality / welcoming. This project appeared in 2003 as an initiative of Professor Casey Fenton and currently has 12 million members, spread over 200 thousand cities (COUCHSURFING, 2017). Therefore, this research is characterized as predominantly qualitative, with a hermeneutic approach. The researched field is defined as an “institutional voice” that includes the network's mission, its values and its ambassador users in Brazil. As data collection method, it is chosen to apply an interview, via questionnaire sent by Google Forms, to the group of 10 ambassador members, from which eight of them answered. The proposed interpretative understanding is aligned to Bakhtinian enunciative perspectives where the enunciative / discursive context has value (the position of the speakers in the speech, the ways of saying). According to the voice of the interviewed subjects, Couchsurfing “is a network of relationships”, or “a pleasant tool providing the traveler to know the colors and flavors of different cultures”. In the terms used to define Couchsurfing, it can be observed the existence of terms that focus on an idea of relationship sharing (network, opening, exchange and discovery), as well those that have a more utilitarian character (tool, form of hosting, instrument). The ambassadors' speech makes it possible to identify ruptures and disagreements between the propositions of the concepts presented on the CS website, when they present their motivations that tend more towards personal goals and not to the global motivations that are defended in the online speech. Another point refers to the motivation of the other users, since the ambassadors indicate a growing demand of people wanting to save money, who see the network only as a way to obtain free hosting. In this sense, come together evidences of the emergence of a possible new demand and of conflicts between the institutionalized discourse of the network and the discourse of its ambassador users.

Keywords: Tourism. Hospitality. Couchsurfing. Institutional Voice. Ambassadors.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tela inicial do site <i>Couchsurfing</i>	25
Figura 2 - Como funciona o <i>Couchsurfing</i>	26
Figura 3 - Crie um Perfil.....	27
Figura 4 - Explore sua Cidade.....	28
Figura 5 - Navegue pelo mundo.....	29
Figura 6 - Liste seu sofá.....	30
Figura 7 - Status do perfil.....	30
Figura 8 - Valores do <i>Couchsurfing</i>	33
Figura 9 - Busca por embaixadores no Brasil.....	54
Figura 10 - <i>Share your life</i>	59
Figura 11 - <i>Create Connection</i>	63
Figura 12 - <i>Offer Kindness</i>	65
Figura 13 - <i>Stay Curious</i>	66
Figura 14 - <i>Leave It Better Than You Found It</i>	68
Figura 15 - Conceito/definição do <i>Couchsurfing</i> para os embaixadores.....	73
Figura 16 - Motivações dos embaixadores para entrar na rede.....	78
Figura 17 - Motivações para ser embaixador.....	80
Figura 18 - Motivações dos demais usuários.....	82
Figura 19 – Hospitalidade no <i>Couchsurfing</i> é.....	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Repositórios utilizados para pesquisa sobre <i>couchsurfing</i>	35
Quadro 2 - Revistas utilizadas para a pesquisa sobre <i>couchsurfing</i>	41
Quadro 3 - Tipologia de turismo considerando disposição características e condições para a hospitalidade	51
Quadro 4 - Cronograma da análise dos fragmentos textuais do site	55
Quadro 5 - Cronograma das entrevistas com embaixadores.....	56
Quadro 6 - Comparativo entre as demandas estabelecidas pelas autoras e as motivações dos embaixadores do <i>Couchsurfing</i>	76

SUMÁRIO

1	DO COUCHSURFER ÀS MOTIVAÇÕES COMO PESQUISADOR: CAMINHOS QUE SE ENTRECruzAM.....	14
2	PARA INICIAR O SURF: DOS HOTÉIS AO SOFÁ.....	18
3	CONTEXTUALIZAÇÃO DO SOFÁ: APRESENTAÇÃO DA REDE COUCHSURFING.....	25
3.1	A MISSÃO, USUÁRIOS EMBAIXADORES E OS VALORES DA REDE E COUCHSURFING NA COMPOSIÇÃO DE SUA VOZ INSTITUCIONAL	31
3.2	O COUCHSURFING COMO OBJETO DE ESTUDOS: SURFANDO O CONHECIMENTO EXISTENTE	35
4	O SOFÁ-CAMA: REVISÃO CONCEITUAL SOBRE HOSPITALIDADE	44
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	52
5.1	ABORDAGEM DA PESQUISA	52
5.2	SUJEITOS DA PESQUISA.....	54
5.3	ETAPAS DA PESQUISA	55
5.4	TÉCNICA DE COLETA – ROTEIRO DE ENTREVISTAS	57
6	ANÁLISE DOS DADOS	59
6.1	OS VALORES DA REDE COUCHSURFING.....	59
6.1.1	Compartilhe sua vida	59
6.1.2	Crie conexão	63
6.1.3	Ofereça bondade	65
6.1.4	Fique curioso.....	66
6.1.5	Deixe-o melhor do que você achou.....	68
6.2	ENTREVISTAS COM O GRUPO DE EMBAIXADORES.....	71
6.2.1	Categoria: Conceito/ Definição.....	72
6.2.2	Categoria: Motivações	75
6.2.2.1	Subcategoria: motivações para entrar na rede	78
6.2.2.2	Subcategoria: motivações para ser embaixador	80

6.2.2.3 Subcategoria: motivações dos demais usuários na visão dos embaixadores	81
6.2.2.4 Subcategoria: motivações para hospitalidade/hospedagem	83
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	90
APÊNDICE 1	97
APÊNDICE 2	98

1 DO COUCHSURFER ÀS MOTIVAÇÕES COMO PESQUISADOR: CAMINHOS QUE SE ENTRECruzAM

Minhas vivências de *couchsurfer*¹ são simultâneas à minha trajetória acadêmica; explicando melhor, ao chegar no município de Jaguarão-RS, em maio de 2014 para iniciar a Graduação em Gestão de Turismo na Universidade Federal do Pampa, como não havia feito nenhuma reserva de hospedagem, encontrei maiores dificuldades para encontrar um lugar. E, para minha surpresa, fui acolhido por um casal de idosos que alugava *kitchenettes*. Embora não tivessem nenhum desses espaços para alugar no momento, o casal disponibilizou a sua própria casa para a minha permanência. Fiquei lá por um mês, sem que houvesse qualquer cobrança monetária por parte deles.

Porém, à época, lembro-me de questionar o que faria um indivíduo receber em sua casa um desconhecido – esse comportamento era realmente estranho para mim, que vinha de uma cidade consideravelmente grande e violenta como Porto Alegre. E, mais do que isso, de uma cidade que não parecia ser capaz de acolher um desconhecido tal qual como foi a minha experiência ao chegar a Jaguarão.

Foi uma vivência realmente rica e fora do planejado, visto que significou para mim uma quebra de conceitos preestabelecidos. Houve uma boa convivência; aprendi muito no tempo em que estive com eles, sem contar que ainda me levaram para conhecer a cidade.

Esse saber que tive logo ao chegar à cidade acabou dando um direcionamento diferente ao que havia imaginado para a minha graduação (hotelaria e gestão). Tanto que, ao iniciar o segundo semestre, quando da seleção para participação em projetos de pesquisa, chamou-me a atenção, pela experiência acima relatada e por já ter certo conhecimento da rede (inclusive tendo um perfil cadastrado), o projeto “Lazer na fronteira: compreensões a partir do *couchsurfing*” da Profa. Dra. Marcina Amália Nunes Moreira, para o qual fui selecionado.

Nesse momento, minha trajetória de *couchsurfer* e minha participação no projeto se entrecruzaram: a rede mundial de viajantes (*couchsurfing* - CS) e a

¹ Como são chamados os usuários da rede *Couchsurfing*.

forma de receber estabelecida se tornaram minha maior motivação como pesquisador, na medida em que, ao contrário da hotelaria tradicional, não se recebe um indivíduo que pagou por um serviço, mas se pode receber uma oportunidade de troca de ideias, ideologias, culturas e idiomas.

A partir da participação no projeto de pesquisa mencionado anteriormente, meu trabalho de conclusão de curso (TCC), apresentado em 2016, voltou-se a traçar o perfil dos usuários da rede de *Couchsurfing* na fronteira entre Jaguarão-BR e Rio Branco-UY. Posteriormente, com a finalização do trabalho de conclusão de curso, início os preparos para tentar a seleção do mestrado em Turismo e Hospitalidade da UCS, já com intuito de manter o tema abordado no TCC.

Considerando meu percurso de graduação, surgem diversos questionamentos pertinentes ao tema aqui abordado, principalmente no sentido de aproximar os conceitos de hospitalidade do que é proposto na rede de *Couchsurfing* já que ainda se trata de um modelo inovador de hospedagem.

Do funcionamento à missão do *couchsurfing* que, segundo Moreira (2017 p. 21), é “criar experiências de viagem baseadas na troca, na generosidade, na confiança interpessoal e no intercâmbio cultural”, pressupõe-se que essa forma de receber hóspedes é um contraponto ao modelo de turismo de massa e à hospitalidade presente em alguns hotéis e em outros meios de hospedagem. Contrapõe-se até mesmo à rede com funcionamento semelhante como *Airbnb*², no qual o objetivo da experiência é acomodar “em casa”, embora as trocas monetárias se mantenham como obrigatoriedade.

É possível aqui refletir sobre o mito da hospitalidade que narra a história de Baucis e Filemon, um casal que, segundo o relato mítico, recebeu em sua choupana dois deuses disfarçados de pobres: Júpiter, pai-criador do céu e da terra, e seu filho Hermes, princípio de toda comunicação (de onde vem a palavra hermenêutica). O objetivo desses deuses era testar a hospitalidade dos seres humanos. Hospitalidade que lhes é negada por onde passam. Quando já estavam duvidando da existência dela, encontram em Baucis e Filemon o abrigo, a comida e todo o conforto esperado. Quando o casal de idosos já estava oferecendo a própria cama para que os deuses disfarçados pudessem descansar, sobreveio forte tempestade (alguns dizem que a mesma foi provocada pelos próprios

² O site fornece uma plataforma de busca e reservas entre a pessoa que oferece a acomodação e o turista que busca pela locação.

deuses, numa clara ação punitiva à humanidade que não os havia recebido de forma hospitaleira). O fato é que o solícito casal, sabendo que seus hóspedes estavam bem abrigados, pedem desculpas a eles e seguem para ajudar àqueles que pudessem estar sem abrigo. Foi nessa hora que os deuses resolveram se identificar, aplacando a tempestade.

E mais, em forma de agradecimento à hospitalidade recebida, transformaram a simples moradia do casal em um templo, além de concederem aos seus anfitriões dois pedidos. Apesar da inicial recusa, os idosos desejaram, como primeiro pedido a ser atendido, que pudessem passar o resto de suas vidas servindo aos deuses no templo; e, como segundo desejo, que também pudessem morrer juntos. Os pedidos foram atendidos e assim termina o mito da hospitalidade, com Baucis e Filemon transformando-se em árvores que vivem entrelaçadas.

O que o mito nos diz sobre a hospitalidade que pode ser relacionado ao sistema *couchsurfing*? Revela-nos sobre a capacidade de o ser humano ser acolhedor, de receber um estrangeiro, um estranho. O mito também é revelador de um sistema de trocas posto (dar-receber-retribuir), o que nos permite refletir sobre o funcionamento do *couchsurfing* (CS)³.

É justamente a essas possíveis aproximações que se refere o presente trabalho, visto que se tem como pergunta norteadora:

Que aproximações podem ser estabelecidas entre o discurso institucional da rede *Couchsurfing* Brasil e proposições teóricas sobre hospitalidade?

Para tanto, o texto dissertativo é assim organizado: após a apresentação do pesquisador e suas motivações, iniciam-se, no capítulo, 1 as considerações introdutórias. No capítulo 2, apresenta-se a rede, através de dados e imagens que ilustram sua forma de funcionamento, no subcapítulo 2.1 estão a missão, visão e os valores da rede; no subcapítulo 2.2 encontra-se a revisão de literatura sobre o tema *Couchsurfing*. No capítulo 3, concepções teóricas sobre hospitalidade são apresentadas. No capítulo 4, disponibilizam-se os dados metodológicos. No capítulo 5, análise dos dados coletados e aproximações entre a voz institucional

³ Sigla utilizada para fazer referência a palavra *Couchsurfing*.

do CS e as concepções de hospitalidade. No capítulo 6, estarão as considerações finais e em seguida as referências bibliográficas e apêndices onde constam o roteiro e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido elaborado para a pesquisa.

2 PARA INICIAR O SURF: DOS HOTÉIS AO SOFÁ

O turismo é um fenômeno multifacetado; como tal, se, por um lado influencia, por outro, também é influenciado e transformado pelas mais diversas dinâmicas, inclusive as sociais. Para a presente pesquisa, faz-se necessária uma incursão sobre algumas dinâmicas de hospedagem e hospitalidade ao longo da história. Quando se estuda o turismo, também se compreendem deslocamentos, e mais, a forma como as pessoas são recebidas nos mais diferentes lugares, através dos tempos. Há de se considerar que os deslocamentos são parte da história da humanidade, ainda que, nos primórdios, esses se devessem à sobrevivência do ser humano que se deslocava em busca de alimento, segurança e melhores condições de vida (KNUPP, 2015).

Conforme relata Campos (2013, p. 21), na Grécia antiga, onde aconteciam diversos festivais esportivos, corridas de carruagem, músicas e grandes dramas teatrais, o espetáculo campeão foi “Os sapos” (a. C). Nessa peça, o primeiro documento escrito a fazer referência aos hospedeiros, o personagem principal, Dionísio, ao preparar sua viagem para o inferno, questiona qual o melhor caminho a seguir:

Estou indo para o inferno com o seu uniforme,
E, é claro, falo com você para pedir informações.
Como parecia aquilo lá embaixo quando você viu o cão?
Os nativos? A hospitalidade? O tom geral do lugar? A vista? As lojas?
As casas de prostitutas, tavernas restaurantes e hospedarias com
camas cheias de percevejos? (CAMPOS, 2013, p. 21)

O autor aponta ainda que a referência às camas cheias de percevejo pode se dar em qualquer período da história ao se tratar de hospedarias, visto que pulgas, piolhos e percevejos sempre estiveram associados a esse tipo de lugar (CAMPOS, 2013, p. 21). Ainda assim, passam a crescer cada vez mais o número de viagens, sendo que boa parte destes deslocamentos eram motivados por lazer e, com isso, aumentam o número de hospedarias (THOMAZZI, 2019, p. 40).

Nos anos 400 d.C., as motivações de viagens passam por um processo de mudança de paradigma, em que diminuem os deslocamentos motivados por lazer, e as viagens passam a ganhar traços de aventura e/ou principalmente de expressões de fé, normalmente realizadas por missionários, padres e peregrinos

que costumavam utilizar acomodações simples e próximas a locais de cunho religioso (THOMAZZI, 2019, p. 41).

Outro marco importante é quando os jovens europeus, principalmente os de classe média-alta, começaram a fazer uma tradicional viagem pela Europa para ampliar conhecimentos e obter ganhos de experiência pessoal, o que lhes conferia status perante a sociedade. Esses deslocamentos passam a ser conhecidos como *Grand Tour* (THOMAZZI, 2019, p. 42)

No *Grand Tour*, o principal meio de transporte eram animais de carga e carroças, o que não costumava oferecer nenhum tipo de conforto aos viajantes, que enfrentavam caminhos difíceis e perigosos. Além disso, o *grand tourist* contava com acomodações precárias, como relata Salgueiro (2002, p. 299) em relação às hospedarias, consideradas "sem elegância", com seus serviços de hospedagem ainda não organizados para atender aos diferentes níveis sociais.

Outro fato relacionado às acomodações da época é que, com a popularização do *Grand Tour*, às vezes os viajantes não conseguiam vagas nas hospedarias, restando, como alternativa, a hospedagem familiar. Nessa situação, o contato com pessoas tornava-se a parte mais intensa na experiência, ainda que cercada por negociações constantes que visavam atender às necessidades mais básicas dos turistas (SALGUEIRO, 2002).

Como aponta Barretto (2006), o distanciamento relacional era comum no período de realização dessas viagens, sendo que, nas hospedarias, o contato se restringia aos nobres em decadência e a indivíduos em situação de prostituição. Dessa forma, a hospedagem familiar (mesmo que incerta) surge como uma experiência mais intensa também para essa pesquisadora.

Ainda na análise feita por Barretto (2006), esse distanciamento relacional se intensifica com a padronização das viagens, o que se inicia no ano de 1841 na Inglaterra, com Thomas Cook, quando ele resolve alugar um trem para transportar aproximadamente 570 pessoas em uma viagem para um congresso antialcoolismo (FLECHA, 2002).

Considera-se a disseminação dessas viagens em modelo de "excursão organizada" como sendo a maior contribuição de Thomas Cook para o turismo. Essa inovação teve rápida aceitação e, com isso, em 1850, Cook passou a vender bilhetes de trem e incorporou hotéis em pacotes completos, podendo ser considerado como o primeiro agente de viagens profissional (FLECHA, 2002).

Não demorou muito para que as agências fossem replicadas em todo o mundo, no período considerado como o “boom” turístico que se deu entre os anos 1950 e 1973, quando o turismo apresentou grandes taxas de crescimento, impulsionado também pela evolução nos meios de transporte (FLECHA, 2002).

Nesse período, as agências eram as únicas responsáveis pela organização dos “pacotes de viagem” – que iam desde a compra de passagens aéreas, passavam pela reserva de hotéis até a organização de passeios turísticos. Nesse modelo, o turista passa a ser guiado, ou seja, conhece somente os lugares que são estipulados/selecionados pelas empresas, fica no local e pelo tempo pela empresa determinado e, não raro, obtém informações superficiais sobre o local visitado (BARRETTO, 2006).

Com a evolução tecnológica, surgem outras dinâmicas na forma de viajar, contratar hospedagem e demais serviços. O próprio turista, hoje, pode valer-se dos serviços *self-service*, ou seja, ao navegar na internet, pode, ele próprio, organizar suas viagens, comprar passagens, bem como fazer a reserva de hotéis e, com isso, uma nova dinâmica instaura-se.

Assim, atualmente é possível encontrar na internet sites como o *Airbnb*, *Trivago*, *Decolar*, *Maxximilhas*, que se aproximam de um modelo de agência de viagens só que inteiramente virtual. Também é possível acessar sites como o *Couchsurfing*, que é um modelo de hospedagem que se diferencia dos demais por ter o cerne de suas experiências nas trocas interpessoais entre seus usuários.

O *couchsurfing* vem a ser o objeto de estudo desta pesquisa. Trata-se de uma rede mundial de viajantes, idealizada pelo americano Casey Fenton, a partir de uma viagem realizada por ele à Islândia, em que, através do envio de e-mails solicitando hospedagens a alunos, obteve um número significativo de respostas positivas (FIGUEIREDO, 2008). A rede é uma das principais formas de hospedagem alternativa, sendo que já conta com mais de 14 milhões de *couchsurfers* em mais de 200 mil cidades ao redor do mundo⁴.

No Brasil, autoras como Moreira (2017) e Figueiredo (2008) dedicaram-se a estudar o *couchsurfing* com o objetivo de analisar as relações construídas a partir do que o site oferece.

Figueiredo (2008, p. 46) aponta em seu estudo “Sobre buscas e sentidos

⁴ <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

em uma rede mundial de viajantes: *the Couchsurfing Project*” trechos de entrevistas que evidenciam um sistema de trocas, pautadas em aprendizado e momentos de compartilhamento:

[...] dos meus *guests*... eu espero que eles sejam gratos! Se eles demonstram gratidão, conseqüentemente eles serão ótimos *guests*! Cada pessoa varia e eu não espero que nenhum deles saia da minha casa sendo meus melhores amigos! Mas eu gosto da troca! Cada pessoa que vem, sempre tem algo a compartilhar comigo e vice-versa! (FIGUEIREDO, 2008, p. 46).

Como se observa no depoimento, o compartilhamento é a moeda de troca; o aprendizado ocorrido a partir da relação é o que parece se tornar o mais importante.

Ambas autoras identificam na rede as relações e a forma como essas acontecem, desde o que está explicitado no *site* da própria rede, até o que se pode perceber nas pesquisas de campo por elas realizadas. Também estabelecem relações com o proposto no Ensaio da dádiva, de Marcel Mauss (2003), que analisou nas sociedades arcaicas sistemas de trocas denominados *fenômenos sociais totais*.

O sociólogo, em sua pesquisa, analisou as sociedades das regiões da Polinésia, Malásia e Noroeste Americano, em especial, a adoção, por parte desses grupos, do hábito de retribuir o presente dado, de forma livre e gratuita, mas em sentido de dever moral, sendo a pergunta norteadora de seu estudo: “Qual é a regra de direito e de interesse que, nas sociedades de tipo atrasado ou arcaico, faz com que o presente recebido seja obrigatoriamente retribuído? Que força existe na coisa que se dá que faz com que o donatário a retribua?” (MAUSS, 2003, p. 188).

As trocas mencionadas não fazem referência a riquezas e bens materiais; para o pesquisador, o que é dado na tríade do “dar-receber-retribuir” “[...] são antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos [...]” (MAUSS, 2003, p. 191). Indicando-se, assim, que, para esses povos, o valor está na troca e em sua obrigatoriedade e, não necessariamente no objeto a ser trocado.

Na configuração da rede *Couchsurfing*, conforme estudos já realizados, a

troca, a partilha, são a moeda. Não se pressupõem valores financeiros nessa relação, e sim, o contato entre os indivíduos e o que mais essa relação possa oferecer para ambos. Como indicado no site (2017, s.p.): “Hotéis e empresas de turismo podem lhe dar uma cama ou um guia, mas conhecer pessoas locais fará sua viagem verdadeiramente memorável e significativa”.

Ser hospitaleiro é o que a rede *Couchsurfing* apregoa ser. Nessa perspectiva, o estrangeiro, o estranho, adentra um espaço que não é o seu, transpondo a soleira e sendo acolhido, conforme estudos de Moreira (2017) e Figueiredo (2017).

Camargo (2004, p. 52), no seu livro “Hospitalidade”, apresenta dois eixos, “um primeiro referente aos tempos sociais da hospitalidade humana: receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas”; e um segundo, referente aos espaços de hospitalidade: doméstico, público, comercial e virtual”.

Pelas contribuições do pesquisador, podemos, em relação aos tempos sociais, aproximarmos o *couchsurfing* do eixo dos espaços de hospitalidade, sendo ele aproximado ao proposto na “hospitalidade doméstica”, já que, para o autor:

[...] hospitalidade doméstica é representada pelas relações que se estabelecem na casa, no lar. E é definida como “a matriz e o espaço de preservação dos rituais legados pela tradição, tanto na forma de recepcionar como de hospedar, alimentar e entreter” (CAMARGO, 2007, p. 718).

Uma das aproximações diz respeito ao próprio *lócus* em que se dá a acolhida: a casa - no *couchsurfing* o anfitrião abre as portas de sua casa para receber não um parente, mas sim uma pessoa estranha⁵ ou, quando muito, um amigo feito na própria rede.

A problemática desta pesquisa é construída a partir da existência de uma rede mundial de viajantes, o *Couchsurfing*, que recebe um estranho sem cobrar monetariamente para isso. Sendo assim, a partir da missão apresentada pela rede *Couchsurfing*, “criar experiências de viagem baseadas na troca, na generosidade, na confiança interpessoal e no intercâmbio cultural”, questiona-se:

⁵ Importante frisar que a participação dos sujeitos na rede está condicionada à criação de um perfil no qual são disponibilizadas informações sobre cada usuário.

Que aproximações podem ser estabelecidas entre o discurso institucional da rede Couchsurfing Brasil e proposições teóricas sobre hospitalidade?

Ressalta-se que o discurso institucional é aqui definido pela missão e princípios disponibilizados no próprio site, acrescido à voz dos embaixadores da rede. Essa é a designação dada, pela própria rede, às pessoas com maior número de referências na rede e, conforme Figueiredo (2008), são os responsáveis por propagar os valores da rede pelo mundo, tal como é possível visualizar no site oficial da rede:

Os Embaixadores são os *couchsurfers* que exemplificam nossos Valores Essenciais na maneira como vivem e compartilham suas vidas. Existem embaixadores em todo o mundo. Entre eles falam 180 línguas e vivem em 683 cidades. Eles podem ser encontrados hospedando churrascos abaixo do congelamento e organizando festas surpresa da meia-noite. Eles se reúnem para recolher roupas para os desempregados e criar um clube de vela internacional. Eles nos inspiram todos os dias, tanto em casa quanto na estrada (COUCHSURFING, 2017).

Desta forma, apresenta-se como **objetivo geral**:

Realizar releitura da voz institucional da rede *Couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade.

Objetivos específicos:

- a) Caracterizar a rede *Couchsurfing* Brasil, a partir de sinalizadores discursivos depreendidos da voz institucional;
- b) Sistematizar proposições teóricas sobre hospitalidade/acolhimento;
- c) Analisar interpretativamente a voz institucional do *couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade.

Considerando os objetivos propostos e o alinhamento ao problema formulado, a pesquisa apresenta natureza qualitativa, com abordagem predominantemente hermenêutica e discursiva. A técnica de coleta de dados é prevista a partir de a) entrevista junto aos embaixadores da rede brasileira de *Couchsurfing*; b) Análise da missão, visão e valores da rede que são disponibilizadas na plataforma *Couchsurfing*.

Metodologicamente, após a coleta de dados, trata-se, a partir de análise

discursiva, de fragmentos identificados sobre hospitalidade, no que tange à voz dos embaixadores da rede.

3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO SOFÁ: APRESENTAÇÃO DA REDE COUCHSURFING

No site oficial da rede *Couchsurfing* - CS, conta-se brevemente a história por trás do CS, que começou em 2004 como um pequeno projeto de paixão dos fundadores Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan e Leonardo Bassani da Silveira (COUCHSURFING, 2017). Um e-mail para um grupo de estudantes na Islândia deu à luz a ideia de que pessoas em qualquer lugar gostariam de compartilhar suas casas com estranhos, ou, como o aponta o site *Couchsurfing* (2017), “amigos que você ainda não conheceu”. O *couchsurfing* tem sua base organizada em uma rede de comunicação -internet- sendo essa rede intermediária para a troca de dados e informações que possibilitam as hospedagens (Figueiredo, 2008, p. 15).

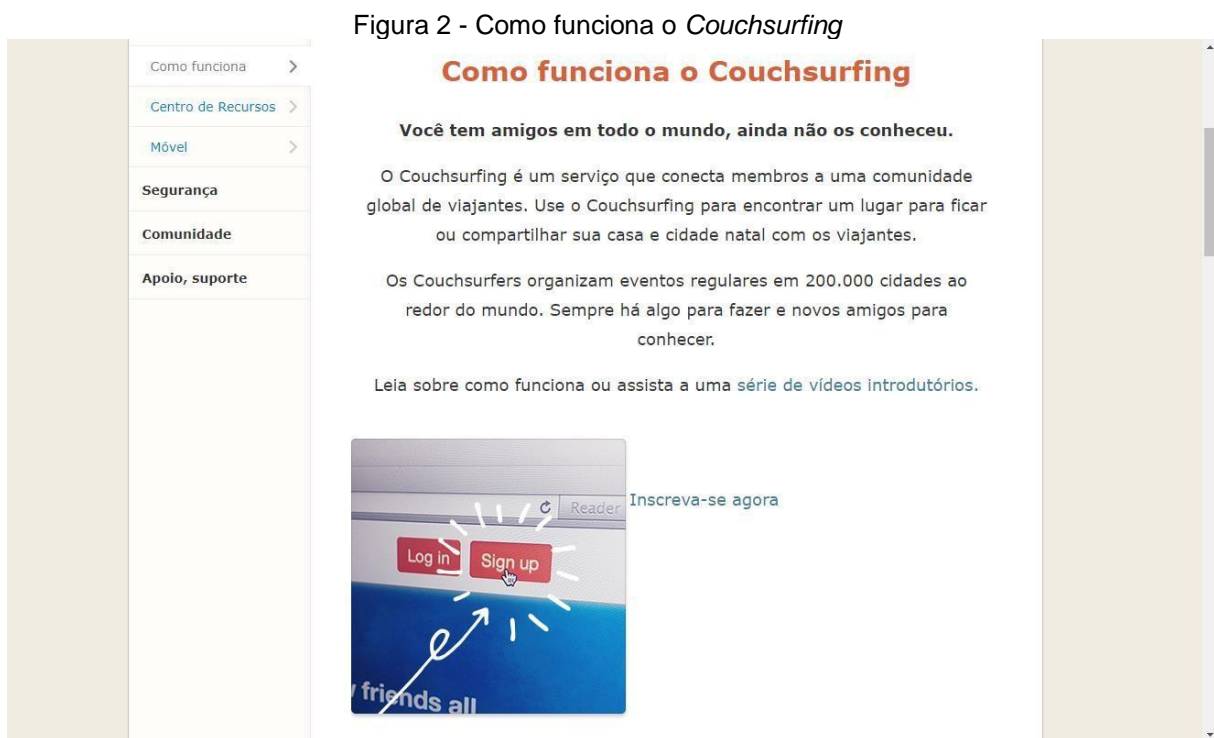
A tela inicial da rede *Couchsurfing*, além de ser o primeiro contato visual do usuário com a plataforma, é também o local de registro de novos membros. Como é possível visualizar na Figura 1, são inicialmente solicitados nome, sobrenome, e-mail e senha para realização de um “pré-cadastro”, já que, após a verificação por e-mail, o novo *surfer* deverá fornecer outros dados, como línguas faladas, se aceita animais, fumantes, imagens da casa etc.

Figura 1 – Tela inicial do site *Couchsurfing*

The screenshot shows the Couchsurfing website's registration page. At the top, there is a navigation bar with the Couchsurfing logo, a language dropdown set to 'Português', and links for 'Como Funciona', 'Segurança', 'Participar', and 'Entrar'. Below the navigation bar, a cookie consent banner is visible. The main heading reads 'Hospede-se com Moradores Locais e Conheça Viajantes' with the subtitle 'Compartilhe Experiências Autênticas de Viagem'. The registration form is divided into two sections: 'Cadastre-se mais rápido com Facebook' and 'Cadastre-se com seu e-mail'. The 'e-mail' section includes fields for 'Nome', 'Sobrenome', 'E-mail', and 'Senha' (password), with a 'Participar' button at the bottom.

Fonte: COUCHSURFING (2017).

Além disso, no primeiro contato, a ideia de compartilhamento e de experiências é lançada aos usuários e aos possíveis novos membros na frase “compartilhe experiências autênticas de viagem”, e o acesso à forma de funcionamento da rede é livre até mesmo a quem, inicialmente, não deseja realizar um cadastro, através da aba “como funciona”.



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Na Figura 2, apresenta-se a proposta geral do *couchsurfing* que é a de participar de uma comunidade global de viajantes interessados em um local para ficar, ou vislumbrar a possibilidade de hospedar alguém e fazer novos amigos. Abordam-se também os eventos que são realizados por membros da rede em mais de 200.000 cidades, que é o alcance atual do CS em escala global através de seus 12 milhões de membros (COUCHSURFING, 2017).

Outro fator importante é o “compartilhar sua casa e cidade natal”, uma vez que se entende que não necessariamente o membro resida em sua cidade natal e isso não o impede de oferecer hospedagem, ainda assim, há de se cogitar a ideia de que haja pretensão dos organizadores da rede de que a hospedagem seja realizada com um nativo.

O usuário, ao se cadastrar na rede, responde a algumas questões prévias que ajudam a identificar suas preferências sobre seus estilos de vida, sua casa,

suas hospedagens, seus locais visitados. Essas informações constituem-se em um grande banco de dados da rede *Couchsurfing*.

Figura 3 - Crie um Perfil

Crie um perfil

Primeiro passo? Preencha completamente o seu perfil do Couchsurfing! Esta será sua base e é um reflexo de você: seu estilo de vida, sua missão e o que é importante para você. Ter um perfil completo é a melhor maneira de se conectar com as pessoas, seja no evento semanal da sua cidade ou na hospedagem de um convidado. Aqui você pode dizer às pessoas se você está viajando ou gostaria de hospedar. Certifique-se de incluir fotos.

Ainda não tem um perfil? [Inscreva-se agora](#)



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Respeita-se que cada usuário tenha sua missão pessoal com a rede, seu estilo de vida e seus valores, contudo a criação do perfil está condicionada ao fornecimento de tais informações e descritivos pessoais. Aponta-se também para a ideia de um perfil bastante completo ser a chave para uma boa conexão com os demais usuários, seja em hospedagens ou nos eventos que ocorrem em cada cidade.

As informações disponibilizadas nos perfis são o primeiro contato entre hóspede e anfitrião, podendo amenizar fatores como insegurança, estranhamento, divergências culturais que ainda assim podem surgir ao longo da hospedagem.

Figura 4 - Explore sua Cidade



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Nessa aba indicada pela Figura 4, é possível observar a ideia de explorar a cidade na medida em que o usuário entende como o *couchsurfing* funciona em determinada região, por meio de conversas com *surfers* experientes e, novamente, apontam-se os eventos organizados pelos membros da rede, evidenciando que essa categoria é de igual importância para a comunidade, sendo parte do funcionamento do CS tanto quanto das hospedagens.

Os direcionamentos da rede podem ser demarcados com a transição do momento virtual para o presencial, quando se afirma que “o *couchsurfing* não se limita ao ambiente da internet, as manifestações que a ele são relacionadas ultrapassam as fronteiras deste espaço” (FIGUEIREDO, 2008, p. 18). Assim, a comunidade CS vai além do site oficial, proporciona momentos de encontro pelo mundo todo, seja por meio das hospedagens, ou dos eventos.

Figura 5 - Navegue pelo mundo

Navegue pelo mundo

Se você estiver pronto para embarcar em uma aventura, procure a cidade (ou cidades!) Que planeja visitar e procurar locais com sofás disponíveis. Examine perfis e referências para encontrar pessoas com quem você deseja ficar. Quando você encontrar alguns hosts em potencial interessantes, revise cuidadosamente o perfil deles e envie um Couchrequest para as datas em que estará lá. Geralmente, recomendamos o envio de cerca de cinco solicitações de sofá. **Certifique-se de personalizar suas mensagens e diga ao seu anfitrião por que você quer conhecer!**



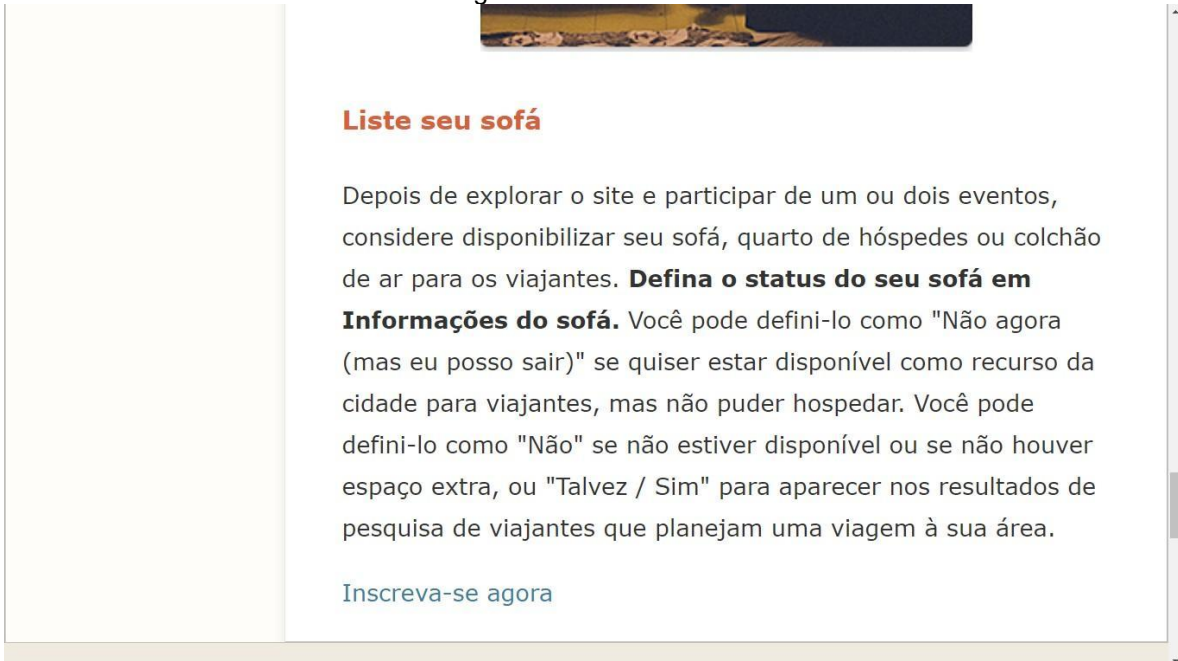
Fonte: COUCHSURFING (2017).

Na Figura 5, é possível perceber primeiramente que há um pedido de atenção aos *surfers* para que analisem os perfis de seus possíveis *hosts*⁶, lendo as referências deixadas por outros *surfers*, e, assim, envie a solicitação de hospedagem a quem realmente interessar. Além disso, aconselha-se o envio de cinco solicitações de sofá, pois, embora a rede tenha um número expressivo de usuários, ela exige tempo e disposição por parte de quem hospeda e nem sempre as solicitações serão facilmente aceitas.

Outro fato importante é com relação às solicitações de hospedagem, visto que muitos encaminham solicitações repetidas ou com textos prontos. Atualmente da caixa de mensagem para solicitação de hospedagem, consta: “apresente-se a (*host*) com uma nota descrevendo sua viagem, por que você gostaria de se hospedar e por que você seria um ótimo hóspede” (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

⁶ Termo utilizado para referir-se a “anfitriões”.

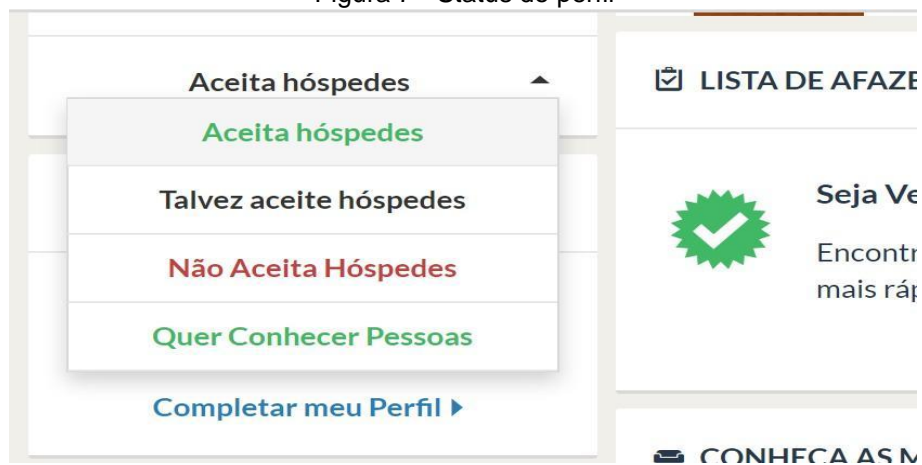
Figura 6 - Liste seu sofá



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Inicialmente, o convite é para que o sujeito participe da comunidade, hospede-se e/ou participe de um evento do CS em sua região e, a partir disso, considere a ideia de hospedar viajantes. Não há especificação quanto ao espaço a ser oferecido ao hóspede, desde que isso não cause incômodo a nenhuma das partes. Além disso, é possível sinalizar a disponibilidade para hospedar, ou não outro usuário, conforme mostra a Figura 7:

Figura 7 - Status do perfil



Fonte: COUCHSURFING (2017).

O perfil possui uma barra de status que informa se há disponibilidade (por parte do eventual anfitrião) de oferecer seu sofá, quarto de hóspedes ou colchão

de ar para os eventuais hóspedes, ou seja, é possível sinalizar se o sujeito está ou não disposto a hospedar alguém em sua casa, em seu espaço – informação que faz com que o seu perfil possa ou não ser encontrado por outros *surfers* ao procurarem por hospedagens.

Ao analisar a composição do site, é notório o direcionamento dado à sua utilização; percebe-se, de forma explícita, o “institucional” que há por trás deste projeto e os direcionamentos ao que é proposto para as hospedagens, encontros e eventos. Para Moreira (2017), o caráter direcionador é marcado pelo próprio site, ao apresentar a visão, missão, valores e toda a história da criação do CS, pois essas informações possibilitam não só a escolha de hospedagem, mas também marcam o entendimento que o site tem sobre essa forma de acolher.

Identificada a forma de organização e funcionamento da rede de *Couchsurfing*, faz-se necessário aprofundar os estudos naquilo que é o centro do projeto: sua missão, usuários embaixadores e princípios mantenedores, visto que estes são os pilares e principais indicativos do que a organização do projeto espera de seus adeptos e das hospedagens realizadas.

No subcapítulo que segue, o é objetivo caracterizar a voz institucional da rede, a partir dos sinalizadores discursivos encontrados nos descritivos do site.

3.1 A MISSÃO, USUÁRIOS EMBAIXADORES E OS VALORES DA REDE E COUCHSURFING NA COMPOSIÇÃO DE SUA VOZ INSTITUCIONAL

Após sua criação, a rede *Couchsurfing* passa a funcionar em um *site*, no qual se registram os perfis, imagens e são feitas as solicitações de hospedagem. Por vezes, essa é a forma de comunicação não somente entre os *surfers*, mas também entre os idealizadores e usuários. É no site que se encontra a identidade do *couchsurfing* na visão de quem o criou e o colocou em prática. Os direcionamentos são entregues aos usuários por meio da missão, valores e dos usuários embaixadores.

Na presente pesquisa, os direcionamentos citados serão agrupados e identificados como “voz institucional”, portanto, a seguir serão apresentados os conceitos e definições encontradas no site oficial da rede.

No *site Couchsurfing* (2017) a missão da rede é definida como:

Pre vemos um mundo melhorado pelas viagens e as viagens enriquecidas pela conexão. Os *couchsurfers* compartilham suas vidas com as pessoas que encontram, promovendo o intercâmbio cultural e o respeito mútuo (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

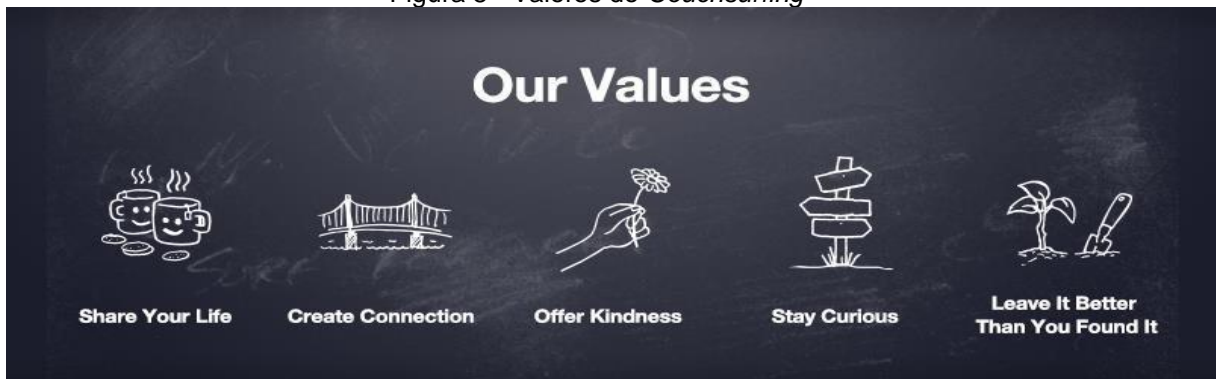
A missão da rede propõe uma melhora no mundo, por meio de viagens enriquecidas pela conexão e compartilhamento. O que é proposto na missão é bastante parecido com os valores que serão apresentados. A proposta dos idealizadores é que a missão, além de ser amplamente divulgada no site, esteja também presente nas hospedagens e nas relações estabelecidas, tanto que, para isso, também são escolhidos usuários que divulgam os princípios da rede, os embaixadores, cuja definição institucional será apresentada:

O programa CS *Ambassador* é um grupo de *couchsurfers* que exemplificam nossos Valores Essenciais na maneira como vivem e compartilham suas vidas. Eles estão espalhados por todo o mundo, do Canadá à Etiópia e muitos outros lugares. Eles são extremamente ativos em suas comunidades, hospedando surfistas, planejando eventos e participando de reuniões. Eles entendem e respeitam nossas diretrizes e termos de uso da comunidade, estão comprometidos em manter a comunidade local do *Couchsurfing* ativa e acolhedora para todos, e adoram compartilhar sua cultura com moradores e viajantes. Eles estão aqui para ajudá-lo a descobrir o *Couchsurfing*, responder a perguntas que você possa ter e manter viva uma comunidade vibrante do *couchsurfing* em suas cidades (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

O programa de embaixadores do CS propõe que um grupo de usuários de determinada localidade, desde que extremamente ativos sejam responsáveis por manter a comunidade *couchsurfing* do local unida e acolhedora. Além disso, esses usuários, na visão dos idealizadores, são a exemplificação dos valores propostos.

No *site* oficial, é possível visualizar os cinco princípios mantenedores da rede *Couchsurfing* em todo o mundo. Em tradução literal são eles: “Compartilhe sua vida; crie conexão; ofereça bondade; mantenha-se curioso; deixe-o melhor do que encontrou” (COUCHSURFING, 2017, s. p.).

Figura 8 - Valores do Couchsurfing



Fonte: COUCHSURFING (2017).

A seguir, apresentam-se as descrições dos princípios elencados pela rede, e breve descritivo das imagens empregadas para a representação de cada um dos cinco valores.

Contudo, antes de apresentá-los, faz-se necessário explicar que os princípios propostos no *site* foram idealizados pelos organizadores do projeto, assim sendo, deve-se também considerar que existem níveis para o que eles propõem, pois, existem diversos níveis e formas de conexão, bondade, mudança e curiosidade.

- COMPARTILHE SUA VIDA:

O primeiro princípio a ser abordado é o *compartilhe sua vida*, representado pela imagem em que duas xícaras personificadas e fumegantes estão próximas, como que brindando entre si. Esse princípio é descrito da seguinte maneira:

Couchsurfing é sobre compartilhar **sua vida, suas experiências, sua jornada**, sua casa, **suas amêndoas extras** ou um pôr do sol majestoso. Acreditamos que o espírito de gênero bondade, quando aplicado liberalmente, tem o poder de **mudar profundamente o mundo** (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

- CRIAR CONEXÃO:

O segundo princípio a ser abordado é o *criar conexão*, representado pela imagem de uma ponte. Além da ilustração, esse princípio é assim apresentado:

Conexão nos faz mais felizes; precisamos demais disso. Conectar-se e aceitar a bondade de "estranhos" fortalece nossa fé uns nos outros e nos ajuda a tornar-nos pessoas melhores (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

- *OFEREÇA BONDADÉ:*

O terceiro princípio a ser abordado é o *ofereça bondade*, representado pela imagem de uma mão oferecendo uma flor e descrita pelo princípio que segue:

Tolerância, respeito e apreciação pelas diferenças são incorporados na bondade (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

- *FIQUE CURIOSO:*

O quarto princípio a ser abordado é o *fique curioso*, ilustrado pela imagem de uma placa que indica algumas direções (lugares). No site é possível visualizar a seguinte descrição:

Apreciamos e compartilhamos o desejo de aprender um sobre o outro, sobre o mundo e sobre como podemos crescer como pessoas e nos tornar melhores cidadãos globais através de viagens. Retirada a cortina do pré conceito e o estranhamento ao diferente, se estabelecem relações de confiança que posteriormente conflui (*sic*) para a necessidade do conhecer ou simplesmente a curiosidade como motor da relação (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

- *DEIXE-O MELHOR DO QUE VOCÊ ACHOU:*

O quinto princípio da rede é o *deixe-o melhor do que você achou*, está representado pela imagem de uma árvore recém-plantada e uma pá de jardinagem, descrito da seguinte forma:

Isso se aplica ao mundo, aos relacionamentos, à casa do seu anfitrião ou à calçada que você percorre até o café. Estamos aqui para tornar o mundo melhor, para melhorar a vida um do outro e para nos tornarmos mais fortes nesse propósito, nos unindo (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

Após breve descrição é possível observar que os valores da rede remetem a uma ideia de conexão com pessoas e com o mundo de uma forma bastante otimista, em que se priorizam tolerância, respeito, felicidade, aprendizados, etc. O compartilhamento, as conexões, a vontade de oferecer algo bom, a curiosidade e a vontade de mudança, são os indicativos da voz institucional a respeito do funcionamento da rede.

Sendo a voz institucional composta por três pilares: os valores, a missão e os embaixadores da rede no Brasil, neste subcapítulo estão descritos somente os conceitos desses pilares, contudo, a análise de dados será apresentada no

capítulo 5.

Dada a apresentação da rede e conceituação da voz institucional, no subcapítulo 3.2 apresenta-se revisão bibliográfica sobre “*couchsurfing*”, por se compreender a importância de dimensionar o alcance do tema academicamente.

3.2 O COUCHSURFING COMO OBJETO DE ESTUDOS: SURFANDO O CONHECIMENTO EXISTENTE

Com intenção de conhecer e mapear a produção científica relacionada ao objeto de estudos, *couchsurfing*, realizou-se uma revisão em teses e dissertações e em artigos e anais de eventos, utilizando-se a palavra-chave “*couchsurfing*”.

O mapeamento de teses e dissertações a partir do termo “*couchsurfing*”, foi realizado nos Repositórios das universidades que oferecem Programas de Pós-Graduação Em “Turismo- Hospitalidade-Hotelaria⁷” e no Portal de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), conforme sintetiza o Quadro 1. Salienta-se, igualmente, que há estudos sobre *couchsurfing*, mas que não estão abrigados em programas que tratam sobre a área citada.

Quadro 1 - Repositórios utilizados para pesquisa sobre *couchsurfing*

(continua)

UNIVERSIDADE / PROGRAMA	RESULTADOS
Instituto Federal Sergipe – Mestrado Profissional em Turismo	-
Universidade Anhembi Morumbi – Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade	-
Universidade de Caxias do Sul - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade	2
Universidade de São Paulo - Mestrado Acadêmico em Turismo	-
Universidade do Vale do Itajaí – Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria	-
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Programa de Pós-Graduação em Turismo	-
Universidade Estadual do Ceará – Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos	-

⁷ Conforme registro na plataforma Sucupira:
<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/index.xhtml>

(conclusão)

Universidade Federal de Pernambuco - Mestrado em Hotelaria e Turismo	2
Universidade Federal do Paraná – Mestrado Acadêmico em Turismo	-
Universidade Federal Fluminense – Mestrado Acadêmico em Turismo	-
Catálogo de Teses e Dissertações – (CAPES)	10

Fonte: elaborado pelo autor (2018).

Conforme resultados disponibilizados no Quadro 1, nos repositórios de universidades que oferecem programas de pós-graduação em Turismo-Hospitalidade-Hotelaria e no Portal da Capes, identificaram-se 12 incidências.

Em relação aos repositórios das universidades, foram encontradas duas dissertações no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH) da Universidade de Caxias do Sul (UCS), nos anos de 2010 e 2012. Contudo, nessas duas dissertações encontradas no repositório da UCS, o *couchsurfing* não é parte da temática central da pesquisa, visto que Camargo (2012) se propõe a analisar as experiências turísticas à luz da antropologia, a partir de narrativas de viagens encontradas no ciberespaço, especificamente em blogs. O *Couchsurfing*, portanto, aparece para exemplificar a existência de redes sociais de viagem, mas não se configura como objeto de estudos.

Já a pesquisa realizada por Cisne (2010) também faz uma análise em blogs, com o intento de aprofundar os debates e discussões a respeito do conceito de Roteiro Turístico embasado nas categorias de análise: tempo, espaço, sujeito e (geo) tecnologia. Essa pesquisa discorre um pouco mais sobre a comunidade CS e seu funcionamento, por isso, em comparação à anterior, aportará maior contribuição à presente pesquisa, até mesmo, na medida em que compartilha um mesmo entendimento sobre a missão da comunidade em questão: estabelecer trocas profícuas.

Para Cisne (2010), o objetivo do *couchsurfing* é ligar pessoas e lugares internacionalmente, criar trocas educacionais, fomentar consciência coletiva, espalhar a tolerância e o entendimento cultural. E, segundo a pesquisadora, a filosofia do CS transcende a ideia de encontrar alojamento gratuito por todo o mundo, pois seu real sentido está no estabelecimento de ligações por todo o mundo.

Em relação ao portal de teses e dissertações da Capes, localizou-se um total de 10 trabalhos, sendo eles seis dissertações e quatro teses apresentadas em programas de Pós-Graduação de diferentes áreas do conhecimento. Não se repetem os resultados encontrados no repositório da UCS, visto que as produções em questão não levam em seus títulos e resumos a palavra “*couchsurfing*”. Contudo, incluem-se os resultados da Universidade Federal de Pernambuco que não foram localizados no repositório institucional, mas foram localizados no portal de teses e dissertações da CAPES.

As teses localizadas são produções de Costa (2017); Figueiredo (2014); Matos (2017) e Moreira (2017), dando diferentes focos às relações proporcionadas pela rede de *Couchsurfing*. Dessas quatro produções, dá-se destaque às teses elaboradas por Figueiredo (2014) e Moreira (2017).

Na tese defendida por Figueiredo (2014), no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco, a autora procura, sob a ótica do *couchsurfing*, apresentar movimentos e traços de práticas descolonizadoras que possam contribuir para um resgate de valores da hospitalidade que outrora se extinguiram em um parâmetro colonizador. Nessa pesquisa, traça-se como objetivo central do estudo a relação entre dom, como posto pela teoria maussiana e as práticas transculturais.

Na tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer na Universidade Federal de Minas Gerais, Moreira (2017) aborda como temática central de sua pesquisa a hospitalidade enquanto prática social, mediada pela rede mundial de viajantes, analisando, assim, se há (ou não) confluência entre tais práticas e os princípios, missão e políticas de uso da rede, conforme disponibilizados no site oficial do *Couchsurfing*.

Dá-se maior atenção a esse estudo, visto que trata da relação sobre a qual a presente pesquisa visa abordar, relacionando a rede mundial de viajantes à hospitalidade e às teorias e conceitos academicamente estabelecidos por meio de autores como, entre outros, Camargo (2004, 2006, 2008, 2011, 2015), Dencker e Bueno (2003), Perazzolo, Pereira e Santos (2014); Perazzolo, Ferreira, Santos e Zerger (2016); Montandon (2011), Lashley e Morrison (2004), Perrot (2011).

Em sua pesquisa de tese, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade Federal de Pernambuco, Matos (2017) volta-se, por meio de sua pergunta norteadora, a analisar a maneira como os usuários

significam as relações de troca proporcionadas na rede, a partir de suas histórias vivenciadas com outros membros.

Suas questões secundárias objetivam compreender as motivações dos usuários para interagirem na rede e estabelece outras duas perguntas, voltadas a compreender o significado da relação hóspede-anfitrião, ora com base no discurso do hóspede, ora baseando-se no discurso do anfitrião (MATOS, 2017).

Costa (2017) defendeu sua tese de doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro e nela intenta compreender a construção de vínculos sociais baseados no que o autor propõe como economia da confiança, sendo essa um fenômeno social e de comunicação.

Essa análise é voltada para as redes de *Couchsurfing* e *Airbnb*, abordadas enquanto iniciativa da área da hospitalidade, tratada brevemente na pesquisa. Por tal traçado teórico e metodológico, compreende-se que não vá ao encontro dos objetivos propostos nesta pesquisa, visto que o autor propõe:

Diante disso, minha tese tem como perguntas centrais: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social que constroem as práticas da economia da confiança? Meu objetivo foi analisar os processos de construção dos vínculos sociais nas experiências da economia da confiança (COSTA, 2017, p. 15).

Portanto, devido ao baixo número de produções voltadas aos estudos sobre o CS, abre-se a possibilidade de estudos sobre a temática. Os estudos ora apresentados permitem aproximações e contraposições ao referencial proposto, contribuindo assim para a fundamentação da problemática aqui abordada.

Em relação às dissertações localizadas, as mesmas são oriundas de programas de pós-graduação de diversas áreas do conhecimento: pesquisas de Araujo (2015), ao Programa Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí; Coelho (2014), ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos; Cortez (2013), ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro; Junior (2010), ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Figueiredo (2008), novamente ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco. A seguir estarão

brevemente explicitados os objetivos gerais de cada estudo.

Araujo (2015) em sua pesquisa “Fatores que influenciam a consumação de alimentos em uma experiência de *couchsurfing*”, tem como foco compreender e discutir a relação da alimentação com a experiência em *couchsurfing*, visto que a rede se estabelece sobre preceitos multiculturais, e a culinária, assim como em outros segmentos de viagens e hospedagens, é de interesse dos *couchsurfers*.

Contudo, na medida em que a rede se estabelece de forma solidária e colaborativa, o quesito “alimentação” normalmente não é um fator chave para a realização das hospedagens que ali se consolidam, visto que uma exigência dessa natureza traria um ônus financeiro a quem hospeda.

Coelho (2014) em sua pesquisa “Processos comunicativos digitais e presenciais na comunidade CS POA: Relações culturais/identitárias e perspectivas de cidadania comunicativa e cultural” apoia-se em conceitos e teorias relativos às comunidades, às comunidades virtuais e às redes sociais, para entender uma comunidade configurada por cenários presenciais e digitais.

Como principais resultados, Coelho (2014) constata que marcas culturais gaúchas podem tanto potencializar a hospitalidade na comunidade quanto restringir pontualmente suas práticas cidadãs e que as interações digitais muitas vezes convergem para um estímulo às interações presenciais entre os integrantes de CS POA.

Na dissertação apresentada por Cortez (2013), “Liberte o conhecimento: ética *hacker*, P2P e as novas perspectivas para a moral contemporânea”, a autora objetiva ampliar a reflexão sobre a ética *hacker*, verificar como ela se expressa no contexto brasileiro e contribuir para problematizar o seu papel no surgimento de novas configurações morais da sociedade contemporânea.

O estudo se divide em duas partes e, em uma delas, Cortez (2013) analisa a presença da ética *hacker* em um projeto de consumo colaborativo, utilizando como recorte para essa análise o grupo de usuários do CS Rio de Janeiro, no sentido de compreender suas motivações e a forma como os usuários interagem.

Junior (2010), em sua dissertação “Eros e Tântatos nos meios de comunicação de massa e na web 2.0 - a pulsão de integração e confiança no website *Couchsurfing*” teve como objetivo analisar qual a construção que permite uma predominância das pulsões de integração, acolhimento e confiança (eros) no website *Couchsurfing*, organização digital que possibilita a hospedagem gratuita

de pessoas no mundo inteiro, nas casas de seus usuários.

Figueiredo (2008) apresentou sua dissertação, com o título “Sobre buscas e sentidos em uma rede mundial de viajantes: *The Couchsurfing Project*”. Além de ser a produção mais antiga localizada na plataforma, é também a mais citada por outros pesquisadores que tiveram a rede de *Couchsurfing* como objeto de estudos.

Segundo o autor, o objetivo de sua pesquisa constitui-se no:

[...] estudo das novas identidades produzidas no interior dessas viagens, na compreensão dessas novas experiências dentro do atual contexto transcultural e em como elas promovem espaços de comunicação baseados em valores culturais como laços de confiança, reciprocidade, amizade, conflito e tolerância (FIGUEIREDO, 2008, p. 11).

Com finalidade de nortear a pesquisa, a autora traçou três objetivos específicos:

Compreender por que um número crescente de pessoas em todo o mundo tem buscado tais formas de contato em suas viagens; analisar o sistema de troca entre hóspedes e anfitriões; e apreender que visões de mundo têm sido forjadas a partir da experiência do *couchsurfing* (FIGUEIREDO, 2008, p. 12).

Como principais resultados, estão as descobertas retiradas das considerações feitas pelos usuários e organizadores da rede, sendo elas: “A descoberta do outro em si mesmo; A descoberta da diferença sem que isto acarrete em superioridade e inferioridade; A redescoberta de onde se vive; A descoberta de que as viagens, em verdade, se realizam no interior do próprio ser” (FIGUEIREDO, 2008, p. 80).

Como se observa, a incidência de estudos sobre *couchsurfing* no portal da Capes, embora um pouco maior, ainda é incipiente.

Ao pesquisar sobre o assunto em publicações de periódicos, mais especificamente em artigos, utilizou-se a mesma palavra nas barras de busca dos sites de revistas acadêmicas vinculadas aos programas de Pós-Graduação mencionados no Quadro 1 e no periódico da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR).

Sendo assim, o nome da rede de hospedagens foi pesquisado em 12 periódicos e obteve-se o resultado de 2 artigos científicos, conforme descrito no Quadro 2:

Quadro 2 - Revistas utilizadas para a pesquisa sobre *couchsurfing*

(continua)

PERIÓDICO	RESULTADOS	TÍTULO/AUTORIA
REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA EM TURISMO (RbTur)	1	A hospitalidade na rede social <i>Couchsurfing</i> : Cruzando a soleira virtual em Jaguarão, no extremo Sul do Brasil Autoras: Marcina Amália Nunes Moreira, Christianne Luce Gomes
CADERNO VIRTUAL EM TURISMO	-	-
TURISMO VISÃO E AÇÃO	1	Turismo, viagem e economia compartilhada: as experiências relatadas pelos usuários do <i>Couchsurfing</i> em Natal/RN Autores: Leandro Tavares Bezerra, Lissa Valeria Fernandes Ferreira
TURISMO EM ANÁLISE	2	Relato de uma Viagem sem Dinheiro pelo Brasil, Bolívia e Peru em 2015/2016 Autores: Amanda Alves Borges; Lorraine Gomes da Silva; Christianne Viana Ferreira Paiva Gonzaga; Rafael Lino Rosa Comportamento do Consumidor na Economia Compartilhada no Turismo: um estudo sobre o <i>CouchSurfing</i> e o <i>AirBnb</i> Autoras: Luciana Alves Rodas Vera; Marlusa de Sevilha Gosling
EL PERIPLO SUSTENTABLE	-	-
PASSOS	-	-
ROSA DOS VENTOS	-	-
TURISMO E SOCIEDADE	1	<i>Couchsurfing</i> como opción de alojamiento turístico Autoras: Marien Arlandis Mariner e Francisca Ramón Fernández

(conclusão)

REVISTA HOSPITALIDADE	-	-
REVISTA CENÁRIO	-	-
APPLIED TOURISM	-	-
REVISTA DE TURISMO CONTEMPORÂNEO	-	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Comprova-se um baixo número de publicações sobre o tema em periódicos, o que é justificável, se considerarmos o número de pesquisas produzidas sobre o assunto. Contudo, o artigo “A hospitalidade na rede social *Couchsurfing*: cruzando a soleira virtual em Jaguarão, no extremo Sul do Brasil” (MOREIRA; GOMES, 2018), é uma das principais referências localizadas, por tratar da rede de *couchsurfing* e hospitalidade.

Moreira (2017) analisa a hospitalidade mediada pela rede *couchsurfing*, mais especificamente pelos usuários da rede no município de Jaguarão, localizado no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul (RS). O principal objetivo do estudo é compreender e discutir as motivações e interesses desses usuários pela rede.

Diferentemente disso, Mariner e Fernández (2011) assemelham seus estudos aos de Cisne (2010), citado anteriormente, no qual se objetiva explicar o funcionamento da rede, perfis, hospedagens, referências, estabelecendo poucas relações teóricas e discussões acerca do objeto em questão.

Em seu estudo, Bezerra e Ferreira (2018) realizam coleta de avaliações dos perfis de *surfers* que se hospedaram em Natal, com intenção de avaliar o nível de satisfação desse usuário com a hospedagem realizada e com a cidade. Utilizam uma amostra de 108 perfis e 73 comentários coletados de forma sistêmica.

Na direção de expor o papel do hóspede, Borges, Silva, Gonzaga e Rosa (2018), trazem em seu estudo o relato de uma viagem realizada entre 2015/2016 no Brasil, Bolívia e Peru, “sem dinheiro” como relatam as autoras e na qual fizeram uso da rede *couchsurfing*.

Em seus estudos, Vera e Gosling (2018) analisam, por meio de análise discursiva, quais são as motivações de pessoas que optam pela economia compartilhada no setor do turismo, utilizando como exemplo o *Couchsurfing* e o

Airbnb.

A revisão bibliográfica pretendida em anais de evento foi realizada inicialmente no site do Seminário ANPTUR⁸. Nos anais de 2005 a 2017, localizou-se um artigo nos Anais de 2016, de mesma autoria do artigo localizado no periódico RbTur. Revisaram-se também os anais do evento Semintur⁹, dos anos de 2005 a 2017 e não se encontraram publicações a respeito do *couchsurfing*.

O trabalho localizado nos anais da ANPTUR do ano de 2016 é produção de Moreira e Gomes (2016), com o título “Lazer e turismo no limiar de uma rede de viajantes: estudo de caso do *Couchsurfing* no extremo sul do Brasil”, e teve como principal objetivo ampliar as discussões sobre a pesquisa de doutoramento apresentada nas teses citadas nesta revisão.

As produções aqui apresentadas são oriundas de diversas áreas do conhecimento e, em boa parte, procuram apresentar o funcionamento da rede de *Couchsurfing* e o estabelecimento das relações da rede sob as mais diversas óticas. Ainda que citada em algumas produções localizadas, a hospitalidade e o *couchsurfing* são melhor aprofundados na tese de Moreira (2017). Contudo, a autora trabalha com o recorte de uma localidade no extremo sul do Brasil e as relações teóricas estabelecidas sobre uma análise da hospitalidade mediada pelo *couchsurfing*.

Diante desse panorama de reflexões e publicações sobre a rede *Couchsurfing*, entende-se poder atribuir relevância investigativa à presente pesquisa, em que se objetiva compreender quais relações se configuram na esfera da rede sobre hospitalidade a partir do entendimento dos usuários embaixadores.

⁸ O Seminário ANPTUR 2018 tem como objetivo proporcionar um espaço multidisciplinar de difusão do conhecimento científico em turismo e facilitar a discussão de seus temas mais relevantes desde diferentes abordagens e perspectivas, a fim de contribuir com o desenvolvimento continuado de suas áreas de estudo (ANPTUR, 2018).

⁹ O Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (SeminTur) é organizado pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Desde 2003 coloca-se como importante fórum de discussão e de fomento à pesquisa em Turismo e Hospitalidade, ao dar visibilidade ao conhecimento científico produzido em ambas as áreas (SEMINTUR, 2018).

4 O SOFÁ-CAMA: REVISÃO CONCEITUAL SOBRE HOSPITALIDADE

A hospitalidade, enquanto um fenômeno multifacetado, tem sido estudada pelas mais diversas áreas, assim, evidencia-se uma crescente preocupação com o entendimento conceitual desse campo. Existem, tradicionalmente, duas vertentes teóricas que se dedicam a estudá-la sob perspectivas distintas: a vertente teórica de língua francesa, com seus estudos voltados à hospitalidade de caráter social/relacional, baseada na teoria maussiana; e a vertente teórica de língua inglesa, que centra suas atenções ao sentido comercial da hospitalidade focada na prestação de serviços e trocas monetárias (CAMARGO, 2004).

Em seu livro “Hospitalidade”, Camargo (2004) aponta que:

Hospitalidade pode ser definida como ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural (CAMARGO, 2004, p. 52).

Na definição apresentada, é possível visualizar os dois eixos criados pelo autor: o primeiro indica os tempos sociais da hospitalidade traduzidos nos atos de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter; e o segundo indica os espaços sociais de hospitalidade: doméstico, público, comercial; posteriormente acrescenta o virtual (CAMARGO, 2004, p. 52). Baseado nos domínios criados por Lashley e Morrison (2004), que posteriormente serão apresentados e nos espaços definidos por ele no segundo eixo, Camargo (2004) categoriza a hospitalidade em: doméstica, pública, comercial e virtual.

Para o autor (2004), a hospitalidade doméstica, ao abarcar a acolhida no lar, traduz o ato mais típico da hospitalidade, sendo essa a definição de hospitalidade que apresenta maior complexidade, podendo ser traduzida como “a matriz e o espaço de preservação dos rituais legados pela tradição, tanto na forma de recepcionar como de hospedar, alimentar e entreter” (CAMARGO, 2007, p. 718).

A hospitalidade pública é definida pelo autor como aquela que decorre do direito de ir e vir, podendo ser percebida por meio do convívio entre indivíduos nos centros urbanos, no qual os residentes são privilegiados, ou na dimensão do turismo e política. Utiliza como exemplo os movimentos migratórios de habitantes de países mais pobres em direção a países mais ricos (CAMARGO, 2004, p. 54).

Ao abordar a hospitalidade em sentido comercial, Camargo (2004) diz que esse tipo de hospitalidade está presente nas modernas estruturas comerciais e volta-se principalmente à hotelaria e à comensalidade. Sendo assim, o autor aponta para as relações estabelecidas em âmbito mercadológico, como posto por Oliveira e Santos (2010, p. 5), que exemplificam dizendo que a hospitalidade comercial pode estar atrelada à “compra de um pacote de viagem, em uma reserva em um hotel, nos serviços de um restaurante”.

Por fim, conceitua-se a hospitalidade virtual como sendo o conceito que perpassa os outros três, contudo, o autor ressalta que já é possível vislumbrar características específicas dessa hospitalidade, na qual o emissor e o receptor da mensagem são anfitrião e hóspede assumindo as consequências advindas dessa relação (CAMARGO, 2004, p. 54).

Os autores Lashley e Morrison (2004) em sua obra intitulada “Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado” dividem a hospitalidade nos domínios social, privado e comercial. O social considera a hospitalidade no contexto dos impactos sociais vinculados à produção e ao consumo de alimentos, bebidas e acomodação; o privado faz referência a hospitalidade no âmbito do lar, abarcando principalmente os impactos da relação anfitrião x hóspede; e o comercial está relacionado à hospitalidade enquanto atividade econômica (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 6).

De acordo com Oliveira e Santos (2010), na escola francesa há uma busca pela compreensão da dádiva, direcionando seus estudos à hospitalidade na perspectiva do humano, sem dar atenção às trocas monetárias. Ainda, de acordo com as autoras, seguem essa linha de estudo: os filósofos Emmanuel Lévinas, Jacques Derrida, Anne Dufourmantelle e Michel Serres, ao lado dos sociólogos Anne Gotman e Alain Caillé, do antropólogo Alain Montandon, e dos autores Jean-Luc Giannelloni e Véronique Cova, entre outros (OLIVEIRA; SANTOS, 2010, p. 9).

A teoria da dádiva é construída a partir da pesquisa realizada por Marcel Mauss (2003), na qual o sociólogo analisou as sociedades das regiões da Polinésia, Malásia e Noroeste Americano, em especial, a adoção, por parte desses grupos, do hábito de retribuir o presente dado, de forma livre e gratuita, mas em sentido de dever moral, sendo a pergunta norteadora de seu estudo: “Qual é a regra de direito e de interesse que, nas sociedades de tipo atrasado ou arcaico, faz com que o presente recebido seja obrigatoriamente retribuído? Que

força existe na coisa que se dá que faz com que o donatário a retribua?” (MAUSS, 2003, p. 188).

As trocas mencionadas não fazem referência a riquezas e bens materiais. Para o autor, o que é dado na tríade do “dar-receber-retribuir” “[...] são antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos [...]” (MAUSS, 2003, p. 191), indicando, assim, que, para esses povos, o valor está na troca e não necessariamente no objeto a ser trocado. Desse modo, conforme Lashley e Morrison (2004, p. 5), tem-se que a hospitalidade envolve “[...] mutualidade e troca e, por meio dessas, sentimentos de altruísmo e beneficência”.

A relação de troca não está somente no físico-financeiro, pressupõe-se que haja também um determinado grau de envolvimento espiritual, pois, para o sociólogo, “Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca” (MAUSS, 2003, p. 212).

Oliveira e Santos (2010) apontam que, com base na teoria da dádiva, alguns autores compreendem a hospitalidade como sendo esse movimento contínuo de dar, receber e retribuir, e apropriando-se da teoria maussiana formulam teorias como: “O hóspede numa cena converte-se em anfitrião numa segunda cena, e essa inversão de papéis prossegue sem fim. Nesse sentido, a hospitalidade é o ritual básico do vínculo humano, aquele que o perpetua nessa alternância de papéis” (CAMARGO, 2007, p. 7). Camargo (2003, 2004, 2005, 2007), Dencker e Bueno (2004, 2005), Grinover (2007, 2008), Gidra e Dias (2004) situam-se entre esses estudiosos.

Importante considerar também que a hospitalidade nasce como discussão teórica no campo da filosofia e teologia, para depois então chegar às ciências humanas e sociais. Os estudos de hospitalidade no campo filosófico compreendem a hospitalidade como virtude, diferenciando-se da dádiva, que normalmente é base dos estudos de hospitalidade nas ciências humanas e sociais (MARCELINO; CAMARGO, 2017, p. 52).

Alguns autores mencionam que Lévinas, filósofo de origem lituana, é um grande precursor dos estudos de hospitalidade, com seus estudos voltados à alteridade sob a perspectiva fenomenológica. Suas reflexões subsidiaram diversas

pesquisas sobre hospitalidade (MARCELINO; CAMARGO, 2017, p. 52).

Sendo assim, Melo e Síveres (2012, p. 35), em ensaio teórico que objetiva reflexões sobre a ética, a partir da teoria de Lévinas (1980), tendo como base a ideia de infinito, compreendendo o “outro” como exterioridade em relação ao “eu”, buscam apontar caminhos para uma possível pedagogia da hospitalidade.

No entendimento dos autores, a pedagogia da hospitalidade se dá quando há abertura, pois:

Falar de uma pedagogia da hospitalidade significa abrir a morada, favorecendo ao Outro um lugar de cortesia, de responsabilidade e bondade. Esse espaço não se faz apenas com palavras afáveis, mas através de gestos concretos que convidam o Outro a uma vivência do acolhimento, do descanso, refúgio, alimento, ajuda ou conforto (MELO; SÍVERES, 2012, p. 35).

Desta forma, baseados na filosofia de Lévinas, os autores apresentam a superação de uma pedagogia do “eu”, fechado, e de um “outro” que se apresenta possessivo nos relacionamentos. Com uma relação ética, como é proposto por Lévinas, pensa-se o “eu” e o “outro”, abertos para o infinito, abrigados pela pedagogia da hospitalidade (MELO; SÍVERES, 2012, p. 36).

Assim, Síveres (2006) propõe que a hospitalidade como experiência de acolhimento é marcada por abrir a porta da morada ao outro, para experimentar a partilha de mundos e perspectivas diferentes, além da aventura da convivência, proporcionada na interioridade da casa (MELO; SÍVERES, 2012, p. 36). Da mesma maneira, Derrida (2008), retoma reflexões de Lévinas voltadas à simbologia da porta:

Se a figura da porta, no limiar que abre o em-si, fosse uma “maneira de falar”, ela diria também a palavra como maneira de dizer, maneira de fazer com a mão estendida dirigindo-se ao outro para dar-lhe primeiramente de comer, beber e respirar, como Lévinas lembra tão frequentemente em outro texto (DERRIDA, 2008, p. 44).

Dessa maneira, o ato de “abrir a porta”, aponta para a abertura de uma exterioridade e mostra uma transcendência da ideia de infinito. Essa nos chega por uma porta, e esta porta atravessada não é outra que a razão no ensinamento (DERRIDA, 2008, p. 44).

Figueiredo (2017) aborda as relações de hospitalidade (ou inospitalidade) estabelecidas em um modelo de viagens que a autora cita como “viagens

potencialmente descolonizadoras”, que podem ser conceituadas como viagens em que não se priorizam as trocas monetárias, mas sim a imersão na cultura e nos hábitos do outro, se dando principalmente pela procura de hospedagens no âmbito da casa e do lar.

Nesse contexto a autora define a casa como sendo:

A casa, em um contexto de abertura ao estranho viajante, torna-se metáfora poética, do sujeito transnacional/transcultural, a partir do acolhimento enquanto moeda de troca e ação descolonial. Mostra-se como ponto importante da relação de mediação entre diferentes formas de viagem (as que envolvem deslocamento, aquelas possibilitadas pelas acolhidas de hóspedes diferentes países e experiências culturais, que perfazem fluxos conhecidos ou menos integrados à lógica do mercado turístico) e suas ressonâncias cotidianas (FIGUEIREDO, 2017, p. 197).

A autora citada realizou suas pesquisas de mestrado e doutorado na área da antropologia, tendo como objeto de estudos o *couchsurfing*. Desses estudos surgem os apontamentos e reflexões da autora sobre a casa. Em sua pesquisa de campo Figueiredo (2008; 2014) esteve em muitas casas, podendo analisar, dentre tantas coisas, de que forma se dão as dinâmicas de compartilhamentos dos espaços.

Figueiredo (2017, p. 201) aponta que, com o passar dos anos, as regras da casa passam por transformações, assim como seus espaços sofrem modificações advindas das dinâmicas de hospedagem do estrangeiro no lar. Ao tratar das modificações e transformações, Moreira (2017), ao visitar a residência “beco do papoco”, na qual ocorrem hospedagens via *Couchsurfing*, observa essas transformações nas frases de despedidas, nas lembranças, nos poemas e até nos desenhos encontrados pelas paredes da casa.

Ainda para a autora, pode-se dizer que a morada abraça a história de cada um, na medida em que o ter permissão para entrar - que pode dar-se como posto por Derrida (2008) “abrir a porta, maneira de falar” -, significa compartilhar esconderijos, memórias propositalmente armazenadas do lado de dentro.

Portanto, a acolhida ao estrangeiro pode ser vista como algo desafiador, na medida em que significa o aceite do confronto das ideias e hábitos de quem acolhe, postas a prova por outros valores. Mesmo que a acolhida ao estrangeiro seja temporária, bem como boa parte dos agregados dessa dinâmica, suas interferências ressoam para além do instante vivido (FIGUEIREDO, 2017, p. 203).

Ao definir o estrangeiro, Grassi (2011, p. 56) na obra organizada por Alain Montandon “O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas”, define-o com base em quatro critérios: ser desconhecido, vir de fora, estar de passagem e não ser conforme aos hábitos do lugar.

A autora embasada em estudo epistemológico sobre os termos que referenciam o hóspede e o estrangeiro em diferentes culturas, aponta que a palavra *hôte* no francês é utilizada para referenciar o acolhedor e o acolhido. Constatada a ambiguidade dos termos, explica que:

O conceito de *hôte* implica, portanto, dois estrangeiros, estrangeiros políticos, estrangeiros culturais, frente a frente e colocados sobre o mesmo teto. Mas um dos dois é o *extraneus*, o hóspede que vem de fora, do exterior, um *hospitus*, um ser de passagem, não é nem da família, nem do país, é o estrangeiro, e o outro, é o amo, que pode usar e até abusar de sua qualidade de despota e tomar refém (MONTANDON, 2011, p. 58).

Contudo, ao abrir a porta para o estrangeiro e permitir sua permanência, ainda que temporária na casa, estrangeiro e anfitrião passam a estar no mesmo nível (MONTANDON, 2011, p. 58). Nesse sentido, na medida em que se faz possível refletir a respeito da equivalência dos papéis dos sujeitos na relação de acolhimento, aponta-se para pesquisas e teorias desenvolvidas por grupo de autoras brasileiras que focam a hospitalidade/acolhimento pautada justamente nas relações de trocas pessoais e alternância de papéis.

Para tanto, Santos e Perazzolo (2012) trabalham na perspectiva que existem posições iniciais dos sujeitos na relação, primariamente acolhedor e primariamente acolhido, partindo do suposto de que, havendo alternância mútua desses papéis, o fenômeno acolhimento/hospitalidade acontece. Assim, as autoras apontam que o sujeito deve se distanciar de suas demandas, voltando-se ao outro.

Considerando essa relação pautada na alternância de papéis, em que os sujeitos da relação se reconhecem, interagem, se hospedam mutuamente, se transformam no “outro” alternadamente, Santos e Perazzolo (2012), pensam a hospitalidade também sob perspectiva coletiva ao criarem o conceito do Corpo Coletivo Acolhedor, que considera a participação de um sistema complexo no jogo das relações. São fatores que compõe esse sistema:

Constituído por grupos humanos, por suas organizações estruturais e funcionais; seus elementos do entorno; seus recursos internos disponíveis ou passíveis de serem explorados; suas trajetórias históricas, constitutivas dos valores, da cultura e dos processos adotados para a transmissão, e seus projetos de futuro (SANTOS; PERAZZOLO, 2012 p. 53).

As autoras apontam ainda para o surgimento de contribuições conceituais que abordam a hospitalidade numa perspectiva urbana e coletiva, como Grinover (2006, p. 32), mencionando que a hospitalidade supõe a acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal. Acolher é permitir, sob certas condições, a inclusão do outro no próprio espaço.

Em estudo posterior, Perazzolo, Ferreira e Santos (2016) propõem, a partir do estabelecimento de dimensões conceituais envolvendo tipologias de turismo, classificar diferentes níveis de disposição de turistas para o acolhimento.

Os tipos de turismo são assim classificados, a partir das demandas identificadas: turismo de demanda extrínseca, em que os sujeitos deslocam-se para o cumprimento de demandas externas (negócios, saúde), nesse caso os sujeitos tendem a não se considerarem turistas; turismo de demanda intrínseca, quando os sujeitos deslocam-se para o atendimento de suas demandas pessoais, normalmente associadas à obtenção de prazer e satisfação, previamente estabelecidos (pacotes, excursões, festivais); e turismo de demanda livre, caracterizado por ser realizar-se em direção ao desconhecido (roteiros livre, visita casual) (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

Seguindo a organização do discurso dos sujeitos, elencaram-se ainda três padrões de disposição por parte dos sujeitos primariamente acolhidos, são eles: padrão alienador, padrão instrumental e padrão dinâmico-relacional (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

O padrão alienador se caracteriza pela falta de disposição para o outro por parte do turista, não havendo reconhecimento do outro corpo presente, o que interfere cabalmente na dinâmica do fenômeno acolhimento/hospitalidade. Nesse padrão comportamental as considerações dos turistas muito pouco consideram as relações pessoais, referindo-se normalmente ao lugar, serviços e infraestrutura (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

No padrão instrumental o visitante normalmente reconhece o outro como ferramenta ou meio para satisfação de suas demandas pessoais, o que

enfraquece consideravelmente o potencial da relação de acolhimento, essa disposição é normalmente percebida em sujeitos que se deslocam motivados por desejos nítidos e pré-estabelecidos (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

O terceiro padrão se caracteriza pela inserção do outro no âmbito das expectativas do turista com a vivência, na qual a atenção é pautada por um olhar livre de condições prévias. Nesse caso, o visitante vê no outro a ponte para os novos saberes, é desejado e concebido na perspectiva da alteridade, estabelecendo assim o suporte para que o fenômeno da hospitalidade aconteça (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

O Quadro 3 busca apresentar, de forma sintética, a tipologia referenciada, caracterizando os tipos de demanda e os relacionando às disposições para o acolhimento. Para tal, apresenta as características do acolhimento e as condições para a hospitalidade.

Quadro 3 - Tipologia de turismo considerando disposição características e condições para a hospitalidade

Tipo de Demanda	Disposição para o acolhimento	Características do Acolhimento	Condições para a Hospitalidade
Extrínseca	Alienadora	Recusa do outro/ Não reconhecimento do Outro	Estrutura e dinâmica
Intrínseca	Instrumental	O outro como meio	Realização das expectativas
Livre	Dinâmico-relacional	O outro como cerne da experiência	Disposição para a reciprocidade

Fonte: PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS (2016).

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, explicita-se o caráter da pesquisa, levando-se em consideração a questão problematizadora: *Que aproximações podem ser estabelecidas entre o discurso institucional da rede Couchsurfing Brasil e proposições teóricas sobre hospitalidade?*. No delineamento da pesquisa, também se apresentam os procedimentos de coleta e posterior análise dos dados. Esses elementos formam o conjunto de tópicos necessários para a construção do presente estudo e os principais delimitadores dos dados a serem buscados, levando em consideração os objetivos anteriormente apresentados.

5.1 ABORDAGEM DA PESQUISA

Considerando a temática, conceitos de hospitalidade no âmbito da rede *Couchsurfing* Brasil, a pesquisa assume natureza predominantemente qualitativa. Para Flick (2009), os aspectos essenciais desse tipo de abordagem consistem:

Na escolha adequada de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção do conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos (FLICK, 2009, p. 23).

Sendo assim, a abordagem qualitativa envolve o uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos – estudo de casos; experiência pessoal; introspecção; história de vida; entrevista; artefatos; textos e produções culturais; textos observacionais/registros de campo; históricos interativos e visuais – que descrevem momentos significativos rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos (DENZIN; LINCOLN, 2006).

O critério mais importante a ser considerado ao optar por uma abordagem de pesquisa qualitativa não é numérico, já que a finalidade não é apenas quantificar opiniões e sim explorar e compreender os diferentes pontos de vista que se encontram demarcados em um contexto (FRASER; GONDIM, 2004).

Nesse sentido, a pesquisa qualitativa consiste em um conjunto de práticas interpretativas, em que se pretende investigar “o mundo lá fora” (FLICK, 2009. p. 8), ou seja, remete à compreensão de fenômenos sociais. Tal perspectiva aduna-

se ao estudo investigativo proposto, na direção de realizar releitura da voz institucional da rede *Couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade, voz essa, constituída pela missão e princípios disponibilizados no site da rede e pelas falas dos embaixadores entrevistados para essa pesquisa.

Pelos pressupostos da pesquisa qualitativa elenca-se: a) inexistência de um único padrão de pesquisa; b) singularidade de abordagem dos fenômenos nas ciências humanas; c) a possibilidade de descrição do homem em dado momento e em dada cultura (MARTINELLI, 1999). Esse tipo de pesquisa parte do fundamento de que “há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito.”. (CHIZZOTTI, 1998, p. 79).

À pesquisa qualitativa, aliam-se diferentes abordagens analíticas, sendo que, no presente estudo, a hermenêutica, aliada à análise discursiva, é a mais condizente aos objetivos de pesquisa propostos: a) Caracterizar a rede *Couchsurfing* Brasil, a partir de sinalizadores discursivos apreendidos da voz institucional; b) Sistematizar proposições teóricas sobre hospitalidade/acolhimento; c) Analisar interpretativamente a voz institucional do *Couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade. Em relação à abordagem hermenêutica, como caracteriza Gadamer (1997):

Para interpretar e compreender a realidade, a hermenêutica deriva do verbo grego *hermeneia* ou seja, a explanação que anuncia, à medida que se pode escutar uma mensagem. É a arte da interpretação, a qual na tradição grega está associada a Hermes, o Deus criador e mensageiro da linguagem entre os homens, tornando possível a compreensão humana. A hermenêutica, como teoria geral da compreensão interpretativa, transita em vários domínios: teológicos, linguísticos, filosóficos, epistemológicos, etc. (apud FREITAS, 2002, p. 10).

Na compreensão interpretativa proposta, fazem-se alinhamentos a *perspectivas* enunciativas bakhtinianas, em que o contexto enunciativo/discursivo tem valor (a posição dos falantes no discurso, as formas de dizer). Nesta pesquisa, essa abordagem é pertinente, já que possibilita aprofundamento de análise da voz institucional constituída da rede *Couchsurfing*.

Conforme Volochinov (2009, p. 106), “o sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto”. Como ainda diria, “as palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as

relações sociais em todos os domínios.”. (p. 41). Buscar, portanto, nas situações enunciativas, as pistas para a leitura das relações que ocorrem no âmbito da rede *Couchsurfing* brasileira apresenta-se como aporte metodológico.

Às concepções depreendidas da voz institucional da rede são feitas aproximações às concepções teóricas desenvolvidas e estudadas no meio acadêmico.

5.2 SUJEITOS DA PESQUISA

A presente pesquisa se desenvolveu, como anteriormente apresentado, a partir da análise da voz institucional da rede *Couchsurfing* Brasil, representada pela missão, pelos cinco princípios da rede: compartilhe sua vida, crie conexão, ofereça bondade, fique curioso e deixe-o melhor do que você encontrou (que são disponibilizados na página oficial em formato de texto escrito) e pela voz dos sujeitos embaixadores (pessoas que são assim nomeadas e reconhecidas pela própria rede). Segundo Figueiredo (2008), os embaixadores são os responsáveis por difundir a ideia do CS pelo mundo, de forma que são esses os membros que carregam, além da missão e princípios, uma vasta experiência na utilização da rede.

No Brasil, ao aplicar o filtro “embaixadores”, no site da rede, resultam 10 perfis, assim distribuídos:

Figura 9 - Busca por embaixadores no Brasil

A imagem mostra a interface de busca do Couchsurfing Brasil. No topo, há duas abas: "Anfitriões" (selecionada) e "Viajantes". Abaixo, há três campos de filtro: "CHEGADA" com um campo de entrada "aa-mm-dd", "PARTIDA" com um campo de entrada "aa-mm-dd", e "NÚMERO DE VIAJANTES" com um menu suspenso selecionado "Indiferente". Abaixo dos campos, há dois botões: "Limpar Filtros" (cinza) e "Pesquisar" (azul). Na base da interface, há uma barra de resultados que indica "10 anfitriões em Brasil" e um link "Mais Filtros" com um ícone de menu suspenso.

Fonte: COUCHSURFING (2017).

O grupo de embaixadores no Brasil é composto por 10 (dez) membros.

Desse grupo, 8 (oito) responderam à pesquisa, sendo sete homens com idade entre 30 e 59 anos, e uma mulher com 35 anos; distribuídos pelo território nacional da seguinte maneira: três deles na região Sul, quatro na região Sudeste, e um na região Centro-oeste.

5.3 ETAPAS DA PESQUISA

Para a consecução dos objetivos já apresentados no capítulo 2, foram organizadas duas etapas de pesquisa. A primeira, ocorrida no período de janeiro de 2019 a janeiro de 2020 buscou identificar os princípios e missão disponibilizados no site e, a partir da leitura, relacioná-los ao escopo teórico já construído/elaborado.

Assim, a partir da leitura de cada um dos princípios, cinco ao todo, buscou-se identificar as palavras/ideias que remetiam a conceitos teóricos. As imagens que acompanhavam cada um dos princípios foram analisadas na perspectiva semiótica, sendo interpretadas à luz do descritivo apresentado para cada um dos princípios. Essa etapa pode assim ser representada:

Quadro 4 - Cronograma da análise dos fragmentos textuais do site

ETAPA	PERÍODO
Identificação de missão e princípios no site da rede couchsurfing	Janeiro de 2019
Leitura dos princípios e seleção de termos	Fevereiro e março de 2019
Conceituação teórica sobre hospitalidade	Março, abril, maio e junho de 2019
Relação dos princípios com teorias destacadas/ selecionadas	Agosto, setembro e outubro de 2019
Retorno ao site para análise de imagens relacionadas a cada um dos princípios a partir de referencial teórico.	Novembro de 2019
Revisão das relações estabelecidas	Dezembro de 2019 / Janeiro de 2020

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Já a segunda etapa, realizada no período de maio de 2019 a fevereiro de 2020, envolveu a identificação dos embaixadores, elaboração, construção e aplicação de instrumento de entrevista para esse grupo, que representa, junto a missão e princípios analisados, a voz institucional da rede couchsurfing. Por fim, coletados os dados, procedeu-se a compilação para posterior análise e síntese interpretativa.

No período de maio de 2019, foi realizada identificação dos sujeitos da pesquisa, a partir de informações disponibilizadas no site da rede, resultando 10 embaixadores. Os primeiros contatos com esse grupo ocorreram via *chat* do *Couchsurfing*. Porém, dada a baixa adesão de respostas ao convite para participar da pesquisa, fez-se necessário reiteração de solicitação.

Em junho, procedeu-se a elaboração do questionário - processo esse que se constituiu de formulações e reformulações de questionamentos, a partir do estudo dos princípios da rede, bem como de aprofundamentos teóricos.

Entre agosto e novembro houve a análise dos perfis dos entrevistados e a aplicação dos questionários. Essa etapa estendeu-se, porque houve necessidade de contatar os entrevistados mais de uma vez, para que encaminhassem suas respostas. As etapas e períodos de realização seguem no Quadro 5:

Quadro 5 - Cronograma das entrevistas com embaixadores

ETAPA	PERÍODO
Identificação dos sujeitos da pesquisa	Maio de 2019
Elaboração de questionários	Junho de 2019
Análise dos perfis dos sujeitos na rede	Agosto de 2019
Aplicação de questionários	Outubro e novembro de 2019
Compilação de dados	Janeiro e fevereiro de 2020
Análise / Síntese	

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Para fins de maior detalhamento, descreve-se a organização de roteiro e técnica de coleta no item a seguir.

5.4 TÉCNICA DE COLETA – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Como técnica de coleta, em relação à voz dos embaixadores, optou-se pela elaboração e aplicação de questionários. Segundo Gil (2008), um dos procedimentos mais adequados para fundamentar pesquisas com abordagem qualitativa em diversos campos das ciências sociais. As entrevistas constituem-se em uma forma de compreender mais detalhadamente as crenças, atitudes, valores e motivações em relação a fenômenos e contextos específicos (MINAYO, 2008; CERVO; BERVIAN, 2007). Para a pesquisa, portanto, configurou-se em instrumento adequado, já que se buscou, junto aos embaixadores, identificar a(s) concepção (concepções) de hospitalidade que são por eles compartilhadas.

A entrevista constitui-se em questionário com 8 perguntas abertas que tratavam de identificar as concepções que os embaixadores tinham da rede, composto pelas seguintes questões: “O que é o couchsurfing para você?”; “para você, o que as pessoas buscam na experiência de couchsurfing?”; “O que te levou a integrar-se na rede couchsurfing e como você se vê na qualidade de embaixador?”; “Caracterize hospitalidade no contexto da rede couchsurfing?” “Quais motivações para receber alguém na sua casa?”; “O que você espera de sua relação com os demais usuários da rede?”; “Caracterize o turismo no contexto da rede de couchsurfing?”; “Qual a principal motivação dos turistas inseridos na rede de couchsurfing?”.

O roteiro de entrevista elaborado com intenção de atender aos objetivos da pesquisa. O núcleo do roteiro é formado por questões cujo foco é compreender as motivações dos embaixadores. A partir disso, divide-se o roteiro em dois eixos: o primeiro trata sobre hospitalidade/acolhimento, formado por questões formuladas no sentido de levantar sinalizadores que permitam compreender a hospitalidade que emerge das relações construídas a partir do *couchsurfing*.

A entrevista foi encaminhada via *Google Forms*, e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ver Apêndice 2) foi disponibilizado, em outubro e novembro de 2019, logo na primeira página do questionário. As respostas foram agrupadas previamente pela própria ferramenta do *Google Forms* e receberam posteriormente tratamento analítico a partir da metodologia da análise enunciativa bakhtiniana. Sustenta-se que “[...] a fala dos sujeitos de pesquisa é reveladora de condições estruturais, de sistemas de valores, normas e

símbolos [...]” (MINAYO, 2008, p. 204).

Para Bakhtin (1929/1986, p. 123), a verdadeira substância da língua não é constituída de um sistema abstrato de formas linguísticas [...], mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. Isso significa que a fala dos entrevistados não foi analisada tão somente pelas palavras ditas, mas sim pela organização delas no próprio discurso, no próprio contexto narrativo, a partir dessa perspectiva metodológica, optou-se pela elaboração de nuvens de palavras, considerando que as maiores incidências dizem respeito a um conceito/enunciado e não apenas como anteriormente referido a uma palavra.

As nuvens de palavras possibilitam a visualização dos sentidos que mais foram identificados, mas deve ser compreendida como uma estratégia de apresentação de dados coletados e síntese interpretativa.

Em relação aos textos sobre a missão e os princípios da rede, que também são constitutivos da voz institucional a ser analisada, destaca-se que a partir da leitura e levando-se em consideração a constituição textual (análise linguístico-discursiva), propôs-se identificar os elementos de hospitalidade nele presentes.

Na fundamentação de análise selecionada, a linguagem configura-se de forma histórica, cultural e social, englobando a interação entre os sujeitos e os discursos envolvidos na comunicação entre ambos (BRAIT; MELO, 2005). Assim, a utilização da língua acontece em forma de enunciados que refletem as condições de esferas da atividade humana através de seu conteúdo, seu estilo verbal e sua construção composicional (DAHLET, 1997).

6 ANÁLISE DOS DADOS

Face ao objetivo geral apresentado, de realizar releitura da voz institucional da rede *Couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade, faz-se aqui, conforme mencionado anteriormente, a análise de 08 (oito) entrevistas realizadas com o grupo de embaixadores de rede CS no Brasil, por meio de questionários do *Google Forms*. Reitera-se que as entrevistas realizadas com o grupo de **embaixadores** compõem a voz institucional do *Couchsurfing*, juntamente com a **missão** e os **valores da rede**.

Sendo assim, essa análise estará focada nos valores e nas entrevistas realizadas com os embaixadores. Conforme visto anteriormente, a rede apresenta cinco valores descritos no site por imagem e breve fragmento textual.

6.1 OS VALORES DA REDE *COUCHSURFING*

6.1.1 **Compartilhe sua vida**

O primeiro princípio a ser abordado é o *compartilhe sua vida*, representado pela imagem 10:

Figura 10 - *Share your life*



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Além dos elementos dispostos na ilustração, em que duas xícaras personificadas e fumegantes estão próximas, como que brindando entre si, esse princípio é descrito da seguinte maneira:

Couchsurfing é sobre compartilhar **sua vida, suas experiências, sua jornada**, sua casa, **suas amêndoas extras** ou um pôr do sol majestoso. Acreditamos que o espírito de gênero bondade, quando aplicado liberalmente, tem o poder de **mudar profundamente o mundo** (COUCHSURFING, 2017, grifo nosso).

O *Couchsurfing* propõe o compartilhamento como um de seus princípios mantenedores, expondo-o em amplo sentido, o que pode ser identificado com base na seleção vocabular feita. A proposta é compartilhar: ‘vida’, ‘experiências’ e ‘jornada’ – substantivos que marcam uma totalidade, o que permite refletir sobre a possibilidade de que não há limite para o compartilhamento a ser feito, muito embora, ao se referir ao compartilhamento do alimento (amêndoas), a mesma relação não se estabelece, pois se compartilha aqui o excedente (as amêndoas extras).

É possível verificar pontos que são enfatizados pela rede ao tratar de compartilhamento, podendo-se pensar que o compartilhamento por ela proposto direciona-se a: experiências, histórias, alimentos, companhia e locais especiais para os moradores de determinada localidade, permitindo assim que emoções mais intensas aflorem.

Além disso, analisando a figura que representa o princípio, é possível observar duas xícaras de chás, café ou até chocolate quente e alguns biscoitos, o que pode ser interpretado inicialmente como o compartilhamento do alimento, o que nos remete à comensalidade, que, segundo Maffesoli (2002, p. 134) é um momento de comunicação capaz de reforçar os vínculos entre indivíduos.

Se o compartilhar é um princípio basilar no *couchsurfing*, cabe aqui conceituá-lo: Compartilhar no dicionário é: *verbo transitivo direto e transitivo indireto Tomar partido em; fazer parte de algo com alguém; dividir: compartilhava os sofrimentos do irmão; compartilhou das aflições alheias. verbo bitransitivo **partilhar ou repartir** com: compartilhou as despesas com a família*¹⁰.

Como posto anteriormente, compartilhar associa-se a termos como “dividir-partilhar- repartir” e se utiliza ainda para expressar um comportamento: “**fazer parte de algo com alguém**”, que pode estar diretamente associado ao proposto no descritivo apresentado pelo site quando menciona: “**Couchsurfing é sobre compartilhar sua vida, suas experiências, sua jornada, sua casa, suas**

¹⁰ <https://www.dicio.com.br/compartilhar/>. Acessado em: 04 de jul. 2019.

amêndoas extras ou um pôr do sol majestoso” (COUCHSURFING, 2017).

Na bíblia, é possível identificar em diversos versículos o sentido de compartilhamento/partilha, como por exemplo:

Pois eu tive fome, e vocês me deram de comer; tive sede, e vocês me deram de beber; fui estrangeiro, e vocês me acolheram; necessitei de roupas, e vocês me vestiram; estive enfermo, e vocês cuidaram de mim; estive preso, e vocês me visitaram'. "Então os justos lhe responderão: 'Senhor, quando te vimos com fome e te demos de comer, ou com sede e te demos de beber? Quando te vimos como estrangeiro e te acolhemos, ou necessitado de roupas e te vestimos? Quando te vimos enfermo ou preso e fomos te visitar?' "O Rei responderá: 'Digo a verdade: O que vocês fizeram a algum dos meus menores irmãos, a mim o fizeram' (Mateus 25:35-40).

O compartilhamento é basilar no/do *couchsurfing*, visto que é por meio dele que se dão as relações na rede. No versículo citado, aponta-se para uma ideia cíclica de retribuição, na medida em que, ao se fazer o bem a alguém de determinado grupo, todos, de alguma maneira, sentem-se contemplados.

Essa lógica também pode ser repensada no CS: o “grupo” seriam todos os usuários, sendo que há a possibilidade de hospedar-se na casa de alguém, recebendo o que essa experiência teria para oferecer (e talvez até retribuindo na forma de algum “presente” a ser oferecido àquele que está no papel do anfitrião). Mas, na dinâmica do CS, também existe a possibilidade de, em outro momento, aquele que foi hóspede tornar-se o anfitrião, recebendo alguém em sua casa, podendo assim retribuir a gentileza prestada. São esses gestos de retribuição - sem fins monetários- que dão o tom diferenciado da experiência turística compartilhada proporcionada pela rede.

Cabe ressaltar, entretanto, que não se nega, nessa dinâmica, a alternância de papéis que ocorre entre anfitrião e hóspede no próprio momento em que a relação ocorre. Ou seja, a hospitalidade se dá no espaço entre, conforme sustentam Ikawa e Santos (2012, p. 328):

E, nesse sentido, o acolhimento (termo tomado como equivalente a “hospitalidade”), instituindo-se como um elemento fundante do fenômeno turístico, não repousa somente no desejo de um ou de outro sujeito (acolhedor e acolhido) situado em um dos polos de interação, mas no espaço onde o acolhedor se transforma em acolhido, e o acolhido, em acolhedor, num movimento alternado. Hospitalidade ou acolhimento seria, sob essa ótica, uma área constituída na intersecção resultante do encontro dinâmico de demandas distintas, com origem, necessariamente, numa perspectiva subjetiva do desejo, orbitado por eventos circunstanciais, o que significa que, para que ocorra o acolhimento, ambos os sujeitos têm que se ajustar dinamicamente na

interação de suas necessidades.

Conforme Decrop e Degroote (2014, p. 40), para os anfitriões, a principal motivação para hospedar estrangeiros é, muitas vezes, o servir. Muitos acolhem estranhos para ajudar os viajantes, o que caracteriza o acolhedor como um espírito altruísta, alguém que busca compartilhar e dar. Enfim, querem agradar por um espírito de abertura e hospitalidade: “Eu ficarei feliz de ter agradado alguém, feito serviço e de ter compartilhado algo muito rico com ele; Então, eu recebo em casa, isso não me incomoda” (DECROP; DEGROOTE, 2014, p. 40). É comum encontrar sinalizadores do conceito de compartilhamento nos estudos em que o *couchsurfing* compõe a temática central.

Figueiredo (2008, p. 44), aponta os elementos que destacam o ideal de compartilhamento, de acordo com pesquisa realizada junto à comunidade *couchsurfing* Recife-PE, são eles: “Afeição, hospitalidade, felicidade, paz, informações culturais, ideias, conhecimento sobre o ser humano e sobre a cultura brasileira e latina, uma xícara de café”.

A hospitalidade é mencionada quando há uma busca para compreender o compartilhamento proposto no site e nas relações que se estabelecem na dinâmica *surfer*, mesmo que esse compartilhamento, advindo da vontade de servir, esteja limitado ao contrato moral que regula as ações na relação entre hóspede e anfitrião.

O conceito de compartilhamento atrela-se ao “que nos conecta a outras pessoas, criando um senso de comunidade, economizando recursos e desenvolvendo sentimentos como a solidariedade e a proximidade” (ROHDEN; DURAYSKI; TEIXEIRA; MONTELONGO; ROSSI, 2015, p. 11).

Com relação à proximidade mencionada na definição apresentada, Decrop e DeGroote (2014, p. 20) apontou o seguinte trecho de entrevista coletada:

Nós temos algo em comum, um estado de mente que é comum a todos os couchsurfers e nos aproxima, porque temos muitas coisas em comum, a mesma mentalidade. Estamos abertos e não temos medo de abrir nossa casa para estranhos (grifo nosso).

O entrevistado menciona um “estado de mente” que é comum a todos os usuários da rede e que os aproxima, sendo esse estado o responsável pelas conexões criadas entre os usuários da rede. Tão presentes são essas conexões

que a elas dedica-se o segundo princípio da rede abordado no próximo item.

6.1.2 Crie conexão

O segundo princípio a ser abordado é o criar conexão, representado pela Figura 11:

Figura 11 - *Create Connection*



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Além da ilustração, esse princípio é descrito da seguinte maneira:

Conexão nos faz mais felizes; precisamos demais disso. Conectar-se e aceitar a bondade de "estranhos" fortalece nossa fé uns nos outros e nos ajuda a tornar-nos pessoas melhores (COUCHSURFING, 2017).

Iniciemos as reflexões a partir da análise da representação visual do princípio, em que a imagem símbolo é uma ponte, o que remete novamente à perspectiva da importância da aproximação pessoal e, ainda, uma aproximação espacial, pois segundo Laner (2001), pontes são obras que passam sobre uma lâmina de água e tem a responsabilidade de ligar pontos críticos de uma estrada, ligando um local ao outro e facilitando tráfego. No dicionário¹¹ a palavra ponte em sentido *figurado* é: “*Tudo que serve de **ligação** ou comunicação*”. E ainda segundo esse, *ligação* e *conexão* são sinônimos.

Conexão: substantivo feminino - Ligação de uma coisa com outra; união. Relação de dependência; em que há lógica, nexos; coerência. [Informática] Ligação entre computadores e dispositivos para que dados sejam transferidos: impressora

¹¹ <https://www.dicio.com.br/ponte/>. Acessado em: 04 de jul. 2019.

*sem conexão; conexão à internet*¹².

Inegável parece ser a ideia de que se conectar com o princípio do *couchsurfing* envolve uma dinâmica de se relacionar com o outro; há, pelo menos, dois seres diferentes, que podem se encontrar em lugares diferentes, talvez partícipes de culturas diferentes, mas que se propõem, na experiência de *couchsurfing*, conhecer esse outro, ou seja, pontes, conexões são estabelecidas.

Mas ainda é possível estabelecer mais uma leitura em relação a esse princípio. Em ensaio teórico, Matos, Barbosa e Matos (2016, p. 236) trazem como proposição que “A tecnologia surge como ponte para as interações face a face”; esse trecho, além de trazer amarrações das definições anteriormente apresentadas, possibilita exemplificar o sistema do *couchsurfing*, já que, por intermédio de uma conexão inicialmente “virtual”, relações face a face se estabelecem a posteriori. Segundo as autoras:

No Consumo Colaborativo e Relacional, além dos papéis se alterarem e possuírem esta mutualidade (todos são potenciais hóspedes e anfitriões), a tecnologia aparece como uma ponte para que os encontros ocorram para além das interações nas plataformas (MATOS, BARBOSA E MATOS, 2016, p. 236).

As autoras abordam essa alternância de papéis na perspectiva de consumo colaborativo, contudo, existem também autores do campo da hospitalidade, como Santos e Perazzolo (2012), anteriormente citadas que também discutem sobre essa alternância de papéis (anfitrião x hóspede) e o caráter transformador das relações de hospitalidade/acolhimento.

Para as autoras, o acolhimento não ocorre pela vontade de um único sujeito, ou como um comportamento humano específico, trata-se de um fenômeno que ocorre no espaço entre o sujeito primariamente acolhedor e o sujeito primariamente acolhido. O fenômeno do acolhimento ocorre da percepção mútua, quando os desejos de ambos são compreendidos, acolhidos, transformados e retornam como nova mensagem ao emissor (SANTOS; PERAZZOLO, 2012, p. 6).

Contudo, essa percepção mútua que acolhe o desejo do estrangeiro, compreende-o e o transforma (o desejo) em uma nova mensagem, indicar conexão entre os sujeitos presentes nessa relação, o que, de certa forma, pode ir ao encontro do descritivo desse princípio “conectar-se e aceitar a bondade de

¹² <https://www.dicio.com.br/conexao/>. Acessado em: 04 de jul. 2019.

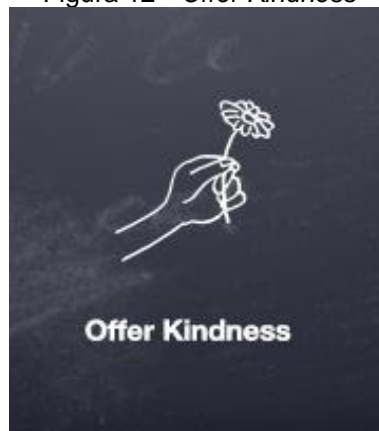
estranhos fortalece nossa fé uns nos outros e nos ajuda a tornar-nos pessoas melhores” (COUCHSURFING, 2017). E ainda, segundo as pesquisadoras a hospitalidade acontece na relação com o outro, podendo esse outro ser qualquer outro, já que todos os outros são estranhos ao eu (SANTOS; PERAZZOLO, 2012, p. 6).

Assim, o estabelecimento de conexão aqui proposto pode também estar na conexão virtual, com vistas, ou não, ao estabelecimento de uma relação presencial. E, ainda, dentro dessa relação presencial, a possibilidade de conexão entre indivíduos a qual pode, ou não, levar ao próximo valor descrito.

6.1.3 Ofereça bondade

O terceiro princípio a ser abordado é o *ofereça bondade*, representado pela Figura 12 e descrita pelo princípio que também a seguir:

Figura 12 - Offer Kindness



Fonte: COUCHSURFING (2017).

Princípio: Tolerância, respeito e apreciação pelas diferenças são incorporados na bondade (COUCHSURFING, 2017).

Cardoso (2003), apoiada em Guyon (1930), explica que tolerância consiste em permitir indulgentemente aos outros amar o que você não ama, pensar o que você não pensa, fazer o que você não faz. É dar ao outro liberdade de ser e viver, o que ele quiser, mesmo que isso não reflita ou compactue com o que você deseja para si mesmo.

Se pensarmos a realidade do *Couchsurfing* que é composto por 14 milhões de pessoas em mais de 200.000 cidades que compartilham sua vida, seu mundo e

sua jornada (COUCHSURFING, 2017), são inegáveis as existências de pluralidades: de pessoas, de culturas e de hábitos. Talvez, exatamente em função disso, a tolerância, o respeito e bondade sejam apresentados pela organização da rede como um de seus pilares.

A Figura 12, mostra uma mão estendida que oferece uma flor por si é significativa, pois esse outro, a quem a flor é oferecida não se encontra na imagem, ou seja, oferece-se bondade, independentemente de quem seja. Couto (2016, p. 55), em uma de suas poesias, apresenta a delicadeza do ato de dar: “a flor, em sua fugaz existência, já é a oferenda”. Nesse sentido, é possível que se faça uma leitura na perspectiva de que no ato de oferecer, a flor representaria a bondade que é oferecida na relação. E que essa bondade é uma representação de toda a delicadeza e fragilidade da própria acolhida.

Estabelecida a conexão entre os *surfers*, a bondade travestida de respeito e de tolerância é construída. Com a experimentação dessa relação, o diferente deixa de ser algo a ser repreendido e começa a ser algo a ser admirado e incorporado à infinidade de prismas por onde se percebe a vida.

6.1.4 Fique curioso

O quarto princípio a ser abordado é o *fique curioso*, representado pela imagem que segue:

Figura 13 - *Stay Curious*



Fonte: COUCHSURFING (2017).

No site é possível visualizar a seguinte descrição:

Apreciamos e compartilhamos o desejo de aprender um sobre o outro, sobre o mundo e sobre como podemos crescer como pessoas e nos tornar melhores cidadãos globais através de viagens. Retirada a cortina do pré-conceito e o estranhamento ao diferente, se estabelecem relações de confiança que posteriormente conflui para a necessidade do conhecer ou simplesmente a curiosidade como motor da relação (COUCHSURFING, 2017).

Na rede compartilha-se do desejo de conhecer sobre o outro, sobre o mundo e sobre o quanto é possível desenvolver-se como cidadão através de viagens. É preciso que se desprenda do estranhamento ao diferente e de pré-conceitos para estabelecer uma relação de confiança que pode evoluir para a necessidade do conhecer, ou que seja movida pela curiosidade.

Curiosidade no dicionário é definida como: *Qualidade do que é curioso, que tem **grande vontade de saber. Vontade de ver, de conhecer algo novo ou desconhecido**: satisfazer sua curiosidade. Desejo descontrolado de saber sobre a vida alheia; bisbilhotice, indiscrição. Hábito típico e incomum de uma cidade, bairro, país: as curiosidades dos mineiros. Informação igualmente surpreendente e interessante. Paixão, gosto por coisas raras, originais*¹³.

Louro (2007) diz que, por vezes, nosso primeiro contato com a curiosidade se dá na infância, por meio da descoberta da sexualidade e do estímulo dos sentidos. A autora aponta ainda que a sexualidade é o que nos leva a despertar para curiosidade, sem o desenvolvimento dessa capacidade os seres humanos seriam incapazes de aprender.

Desta forma, é possível refletir sobre a curiosidade estar atrelada ao estímulo dos sentidos, na busca por “algo” e pelo desejo de conhecer como é posto no descritivo do princípio. Segundo Fidalgo (1996), não há homem algum completamente desprovido de curiosidade. O autor ainda cita Aristóteles, que diz que temos prazer na atividade dos sentidos, independentemente da sua utilidade, gostamos de ver, sentir, ouvir, cheirar, tocar. E complementa, dizendo que:

Antes de mais, a curiosidade não se fica por aquilo que lhe está próximo; pelo contrário, procura o que está longe. Mas ao chegar ao longe, torna-o perto, e, assim, vai matando a distância que sempre procura. A curiosidade caracteriza-se pela instabilidade, pela incapacidade de permanecer no mesmo sítio, no mesmo conhecimento (FIDALGO, 1996, p. 3).

¹³ <https://www.dicio.com.br/curiosidade/>. Acessado em: 12 de ago. 2019.

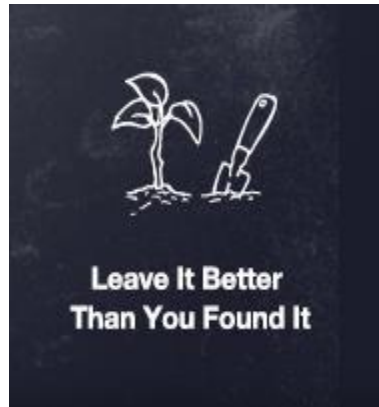
Além disso, se refletirmos sobre o que Fidalgo (1996) define sobre curiosidade ao mencionar uma busca pelo distante, pode-se pensar até mesmo na imagem que representa o princípio, sendo ela uma placa que sinaliza locais, não identificados e situados em direções diferentes. É descrito no princípio a possibilidade de evolução pessoal a partir da vontade de aprender sobre o outro (indivíduos), para que possa existir um processo evolutivo que permita aos sujeitos que se tornem “melhores cidadãos globais através de viagens” (COUCHSURFING, 2017, s.p.).

A essas ligações que se possibilita atribuir peso ao princípio, pois, ele traz consigo signos que representam de alguma maneira o turismo e a vontade de deslocamento do ser humano, sem ignorar as relações humanas e o desejo de conhecer o outro.

6.1.5 Deixe-o melhor do que você achou

O quinto princípio da rede é o *deixe-o melhor do que você achou*, ilustrado na Figura 14:

Figura 14 - *Leave It Better Than You Found It*



Fonte: COUCHSURFING (2017).

E descrito da seguinte maneira:

Isso se aplica ao mundo, aos relacionamentos, à casa do seu anfitrião ou à calçada que você percorre até o café. Estamos aqui para tornar o mundo melhor, para melhorar a vida um do outro e para nos tornarmos mais fortes nesse propósito, nos unindo (COUCHSURFING, 2017).

Esse princípio trata sobre a forma de relacionarem-se com o mundo, com

as coisas, lugares e pessoas. Busca-se, por meio da união, somar forças para melhorar o mundo e a vida uns dos outros, sendo assim, atribui-se a ela o caráter de impulsionadora do proposto.

No dicionário, união é definida como **ação de unir, de ligar, de tornar um só**: *união de empresas. Relação afetiva que dá origem a uma família; casamento. O próprio governo federal (inicial maiúscula): advogado da União. Reunião de diferentes Estados que, embora tenham leis especiais e usufruam de certa autonomia, se submetem a um poder central; confederação. Ação de combinar esforços e de pensamentos: a união faz a força. Associação ou combinação de diferentes coisas, de modo a formar um todo: a união da alma e do corpo. Acordo realizado entre duas pessoas; pacto. Em que há justaposição, junção, contato: união de substâncias. Organização formada pelo agrupamento de várias associações ou sindicatos. [Gramática] Traço ou risca que une uma coisa e outra; hífen. Etimologia (origem da palavra união). Do latim unio. onis. (grifo nosso).*

União, de acordo com as definições apresentadas, pode ser entendida enquanto ação de combinar esforços, no contexto aqui apresentado, esforços para mudar o mundo. Na imagem que ilustra a ideia de mudança, visualiza-se uma árvore recém-plantada com uma pá de mão ao lado.

A imagem de uma árvore é, pois, passível de diversas interpretações, visto ela se constituir em uma metáfora de uma vida nova. Almeida (1916) em sua obra intitulada “A árvore” afirma que “a cada boa árvore plantada é um bom legado que se deixa” (ALMEIDA, 1916, p. 8).

Poder-se-ia - tão somente para fins reflexivos - embora não seja esse o ponto fulcral da pesquisa – pensar-se num mundo melhor no que tange à perspectiva ecológica, ao desenvolvimento sustentável – uma preocupação pujante nos dias atuais. A educação planetária permite abertura para outros temas, ou janelas, como indica Boaventura (2009): direitos humanos, paz, meio-ambiente, desenvolvimento sustentado e compreensão internacional.

Sobre os direitos humanos, o autor diz que a educação planetária se atrela às cinco gerações dos direitos humanos, civis, políticos, sociais, culturais e coletivos, com isso, busca-se formar cidadãos responsáveis, com atitudes permanentemente críticas e abertas ao universo pluralista (BOAVENTURA, 2009, p. 204). São aspectos que conduzem o cotidiano, mas que por vezes deixam de ser mencionados e debatidos como assuntos corriqueiros.

A segunda dimensão educacional proposta pelo autor, direciona-se à paz e à democracia, quando propõe o desenvolvimento de uma cultura de paz, por meio da cooperação entre povos, na qual se resolvam os conflitos com diálogo e não com a utilização de armas. Apoiar-se em Wertheim (1999) que diz que para viver a cultura da paz é preciso: “[...] recusar a violência em todas as suas formas. É promover os princípios de liberdade, de justiça, de solidariedade, de tolerância e de compreensão entre os povos, os grupos e as pessoas” (BOAVENTURA, 2009, p. 204).

Na proposição da dimensão meio-ambiente o autor trabalha sob o prisma da mundialização, em que o define a partir conjunto de elementos biofísicos necessários à vida, como ar, água, solo, e bens criados pelo homem: arquitetura, organização racional do espaço. No contexto da educação, esses elementos são incorporados ao centro da vida do indivíduo, tornando-se assim base de seu desenvolvimento em múltiplas esferas. Muito próximo a isso, está o entendimento de desenvolvimento sustentável, posto pelo autor como sendo a forma de viver atendendo as necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras (BOAVENTURA, 2009, p. 206).

A dimensão da compreensão internacional:

Pode-se chamar a educação de intercultural quando visa a formar pessoas capazes de apreciar diferenças daqueles que convivem em uma sociedade multicultural. Não apenas denominar, mas também avaliar os contatos dessas culturas para que a diversidade se torne um elemento positivo, enriquecedor da vida social e econômica (BOAVENTURA, 2009, p. 207).

Nesse contexto, o autor aponta para a educação de um sujeito com ampla compreensão da pluralidade mundial, guiado por atitudes de tolerância e respeito às culturas e hábitos, essas características parecem retomar, em partes o que os princípios da rede demonstram esperar das experiências ali iniciadas e das atitudes de seus usuários.

As dimensões apontadas na educação planetária estão voltadas à formação educacional de sujeitos e, obviamente, o foco do CS não é educacional, mas nos seus princípios subentende a espera de abertura ao outro, por meio do compartilhamento, bondade, curiosidade e conexão, além disso, pressupõe-se a necessidade de mudança, de deixar melhor do que está.

6.2 ENTREVISTAS COM O GRUPO DE EMBAIXADORES

O grupo de embaixadores no Brasil é composto por 10 (dez) membros da rede, sendo oito homens e duas mulheres. Desse grupo, oito embaixadores (sete homens e uma mulher) responderam ao formulário, totalizando 80% de adesão. A organização dos nomes ao longo da análise se dará pela ordem das respostas obtidas, sendo “E” de embaixador e o número de classificação na ordem dos respondentes, Por exemplo: E1 – embaixador 1; E2 – embaixador 2, assim sucessivamente até o respondente E8 – embaixador 8.

Os embaixadores respondentes são um grupo com idade entre 32 e 59 anos, boa parte com fluência em mais de dois idiomas e inscritos na rede entre 2006 e 2010. Considerando que o ano de regulamentação do Couchsurfing é 2004, há de se destacar que todos ingressaram na rede antes de ela completar sete anos e alguns são de fato os colaboradores mais antigos no Brasil. Porém, não se pode esquecer que a proposta de a rede contar com embaixadores foi posterior à criação da mesma¹⁴. Esse dado, por si, pode ser representativo da constância e da adesão ao formato de compartilhamento proposto pela rede.

A proposta do CS pode remeter a uma prática comumente realizada por jovens ou pessoas que, em função de condições físicas, exigiriam menos conforto em uma hospedagem, contudo, ao analisar a faixa etária do grupo de embaixadores é possível visualizar justamente o contrário disso, trata-se de um grupo com idade mais avançada do que se poderia imaginar.

Além das informações pessoais, o perfil na rede disponibiliza informações sobre a hospedagem, referente ao que o anfitrião aceita, ou não em sua casa. Relacionado às hospedagens/hóspedes, o grupo se dispõe a acomodar de 1 a 3 pessoas, sendo que 60% hospeda no máximo 2 (dois) hóspedes; 100% recusa surfers com animais de estimação; 50% alega ter espaço inadequado para crianças e 80% não permite fumar. Além das restrições apresentadas aos hóspedes, o anfitrião também disponibiliza informações sobre a sua casa, se possui filhos, animais de estimação, se fuma ou se a sua casa é acessível para deficientes físicos. Além disso, pode-se observar que, no grupo entrevistados, 3

¹⁴ Pelos dados disponibilizados na página oficial, não há informações sobre o ano de criação dos embaixadores.

(três) possuem animais de estimação; 1 (um) possui filhos; nenhum deles fuma em casa; e somente 1(um) oferece acessibilidade a deficiente físico.

Para compreender as motivações e entendimentos que os embaixadores têm sobre a rede, foi aplicado um questionário composto por seis questões subjetivas, a saber: “O que é o *couchsurfing* para você?; Para você, o que as pessoas buscam na experiência de *couchsurfing*?; O que o levou a integrar-se na rede *Couchsurfing* e como você se vê na qualidade de embaixador?; Caracterize hospitalidade no contexto da rede *Couchsurfing*. Quais motivações para receber alguém na sua casa?; O que você espera de sua relação com os demais usuários da rede?”. Duas categorias foram previamente estabelecidas por estarem em afinidade com o objeto de pesquisa: **1) ao conceito/ definição** da rede e **2) às motivações** (a) para ingresso na rede; (b) para ser embaixador; (c) dos usuários da rede – os *couchsurfers*; (d) para a hospitalidade e para a hospedagem.

Seguem as configurações das análises sobre cada uma das categorias. Para essa etapa, foram elaboradas nuvens de palavras, a partir da respectiva incidência nas respostas dadas aos questionamentos feitos.

6.2.1 Categoria: Conceito/ Definição

Ao analisarmos a primeira categoria, que diz respeito ao conceito, à definição do termo, como resultado apresenta-se a figura que segue:

Figura 15 - Conceito/definição do *Couchsurfing* para os embaixadores

Modo de viver
 Abertura ao mundo
 Rede de hospitalidade
 Acolher e conhecer o mundo
Uma ferramenta
Instrumento utilizado
Forma de hospedagem
 Aprender a confiar nas pessoas
 Divertidas experiências
 conhecer novos lugares
 Troca de experiências
 Descoberta
 Troca

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Os termos selecionados que compõem a nuvem na Figura 15 dizem respeito à definição dada pelos anfitriões ao que seja, para eles, *couchsurfing* e podem ser analisados a partir da estrutura proposta por Othon Garcia (1983) sobre definição, a saber: termo – cópula – gênero e diferenças.

Para o pesquisador (1983, p. 322), a definição é “um recurso de expressão que nos servimos para dizer o que é que queremos dar a entender quando empregamos uma palavra ou nos referimos a um objeto ou ser”. A definição apresenta uma estrutura constituída por quatro elementos, assim identificados (GARCIA, 1983): 1) **o termo** (a coisa a ser definida), na presente análise, o termo *couchsurfing*. 2) a **cópula** (verbo ser ou equivalente) “*Couchsurfing é*”; **entende-se por *Couchsurfing***; 3) **gênero** (classe ou ordem de coisas) a que pertencem o termo “*couchsurfing é uma rede* de relações”; “*couchsurfing é um instrumento*” e 4) **diferenças** (o que distingue a coisa)“, *couchsurfing é uma rede de relações*, ou *couchsurfing é uma ferramenta agradável por proporcionar ao viajante conhecer as cores e sabores de diversas culturas*”.

Nos termos empregados para definir *couchsurfing*, pode-se observar a existência de termos que se voltam para uma ideia de compartilhamento de

relação (rede, abertura, troca e descoberta), assim como existem termos que apresentam um caráter mais utilitário que estão grafados na cor laranja (ferramenta, forma de hospedagem, instrumento).

De acordo com o dicionário on-line “Dicio”, rede é; “*entrelaçado de fios, de espessura e materiais diversos, formando um tecido de malhas com espaçamentos regulares*¹⁵”, ou seja, há uma perspectiva de interrelação, de laços e entrelaçamentos, os indivíduos se encontram para conhecerem-se, para estabelecerem laços. Já a palavra ferramenta de acordo com o mesmo dicionário remonta a “*Qualquer instrumento que se usa para a realização de um trabalho*¹⁶”, ou seja, há um caráter mais utilitarista.

Em relação as respostas, os sujeitos que definem o *Couchsurfing* como “abertura ao mundo, troca de experiências, modo de viver e rede de hospitalidade”, por exemplo, é possível fazer aproximações com conceitos teóricos que apresentam a hospitalidade como direito e dever (Kant, 1980), ou como infinita, incondicional (Derrida, 2008), ou sobre a possibilidade de abertura para o outro (Levinas, 2009).

Cabe ressaltar, porém, que embora tenha ocorrido uma certa incidência de relacionar o CS a experiências cujo contrato baseia-se em leis não escritas, conforme Camargo (2007), o que se tornou mais perceptível (e a nuvem de palavras é reveladora dessa relação) é a definição de *Couchsurfing* a partir de palavras/enunciados que trazem um caráter utilitarista.

Quando questionados sobre “o que é Couchsurfing para você?”, embora pudessem afirmar que era abrir as portas da casa para alguém, também manifestavam interesses específicos reveladores de uma visão autocentrada, relação essa estabelecida analiticamente, a partir do entrecruzamento das categorias 1 (conceito) e 2 (motivações). Nesse sentido, o embaixador, representante dos princípios já analisados anteriormente não parece estar tão alinhado a eles, exemplo: “O CS significa **para mim** [...] aprender a confiar nas pessoas e ter boas e divertidas experiências” (E1).

Na Teoria de Mauss (1924-25/2003), em que as trocas não se referem tão somente a bens materiais e riquezas, é possível refletir sobre o que é “oferecido em troca” nas relações estabelecidas por meio da rede. As respostas dadas pelos

¹⁵ <https://www.dicio.com.br/dicio>. Acessado em: 04 de jul. 2019.

¹⁶ <https://www.dicio.com.br/ferramenta/>. Acessado em: 12 de ago. 2019.

entrevistados tendem à troca de experiências, “Troca de experiências e cultura” (E3), e “Para ter um amigo local” (E1). Não se pode desconsiderar os bens materiais e “riquezas” que também são mencionados na teoria maussiana, e que podem ser traduzidos, na experiência do *Couchsurfing*, na oferta do anfitrião dos seus objetos, de seus espaços, de suas coisas.

Dessa forma, os *couchsurfers* recebem “tudo que está na casa”. É uma abertura da casa para o outro, porém, há de se destacar que, mesmo assim, os embaixadores esperam que haja trocas, embora nem sempre isso ocorra, pois, como destacados por metade do grupo de entrevistados, alguns *surfers* estão em busca tão somente de uma hospedagem gratuita - o que já é motivo de reclamação por parte de alguns embaixadores: “Muitos, infelizmente, uma hospedagem gratuita!” (E2).

Face à análise inicial das entrevistas em que se apresentam algumas definições da rede *Couchsurfing*, o tópico a seguir buscará discorrer a respeito das motivações apresentadas pelo grupo de embaixadores. Conforme citado, a categoria das motivações e será subdividida em: (a) para ingresso na rede; (b) para ser embaixador; (c) dos usuários da rede – os *couchsurfers*; (d) para a hospitalidade e para a hospedagem.

6.2.2 Categoria: Motivações

Com relação às motivações, antes de aprofundarmos análise da subcategorização apresentada, faz-se interessante um panorama à luz de proposição teórica sobre disposição para o acolhimento expressa em Perazzolo, Ferreira e Santos (2016). As pesquisadoras sustentam que são três os tipos de demandas por parte dos sujeitos primariamente acolhidos: extrínseca, intrínseca e livre. Partindo da análise por elas proposta, apresenta-se uma adaptação do quadro organizado buscando entender a disposição para o acolhimento por parte dos embaixadores.

Quadro 6 - Comparativo entre as demandas estabelecidas pelas autoras e as motivações dos embaixadores do *Couchsurfing*

Tipo de demanda	Disposição para o acolhimento	Características do acolhimento	Condições para a hospitalidade	Motivações dos embaixadores do <i>Couchsurfing</i>
Extrínseca	Alienadora	Recusa do outro/ Não reconhecimento do outro	Estrutura e dinâmica	Não encontrado
Intrínseca	Instrumental	O outro como meio	Realização das expectativas	“Eu busco me conectar a pessoas que tem interesses e/ou afinidades semelhantes aos meus e conhecer os lugares em que vivem por uma ótica que apenas quem vive no local tem ” (E5); “Atualmente, com 10 anos de rede, só hospedo pessoas muito "fodas", que mandam um ótimo pedido, que são de algum país que tenho interesse ou que falem uma língua que esteja estudando ” (E1);
Livre	Dinâmico-relacional	O outro como cerne da experiência	Disposição para a reciprocidade	“ Troca de experiências e Cultura ” (E3); “Foi uma descoberta para o mundo e uma aproximação deste mundo na minha casa” (E4); “Espero que tenhamos reconhecimento um do outro em nossas maneiras de ver o mundo e de viver a vida” (E7); “por vezes sinto como se eu estivesse viajando sem sequer sair da minha própria casa ” (E6)

Fonte: Adaptado de PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS (2016)

Desta forma, a análise aponta para a incidência de duas demandas vindas do grupo de entrevistados (embaixadores): a demanda livre e a intrínseca. Em seus estudos, Perazzolo, Ferreira e Santos (2016) descrevem que, na demanda livre, o sujeito primariamente acolhido apresenta, como característica da relação de acolhimento, ter o sujeito como cerne da experiência e disposição para reciprocidade. Nesta enquadraram-se os fragmentos das entrevistas que se voltaram a ver o CS como uma experiência pautada na troca, vinda normalmente de usuários que declaram em suas entrevistas ter vontade de **conhecer pessoas, fazer amigos, estar em contato com o mundo e diferentes culturas.**

Na demanda intrínseca, as autoras Perazzolo, Ferreira e Santos (2016) definem que o hóspede apresenta como característica da relação de acolhimento ver o outro como meio, com intuito de atender as suas expectativas pessoais. Para essa categoria apresentam-se os fragmentos das entrevistas cujos embaixadores declaram ter algum interesse pessoal prévio na rede como: **aprender algum idioma que eu esteja estudando**, ou declaram que **buscam pessoas semelhantes e com interesses parecidos.** Nesse sentido, o seu hóspede inicialmente é um instrumento para que ele, embaixador, atenda às suas demandas próprias.

A demanda extrínseca não foi identificada nas entrevistas analisadas, uma vez que essa demanda é caracterizada pela ausência de disposição para outro – o que não se efetiva na dinâmica da rede *Couchsurfing*. As autoras, ao se referirem a essa demanda, apontam que, em viagem de negócios ou de saúde, por exemplo, os sujeitos primariamente acolhidos, em geral, não se veem como turistas, exatamente por posicionarem-se para atendimento de demandas externas (PERAZZOLO; FERREIRA; SANTOS, 2016).

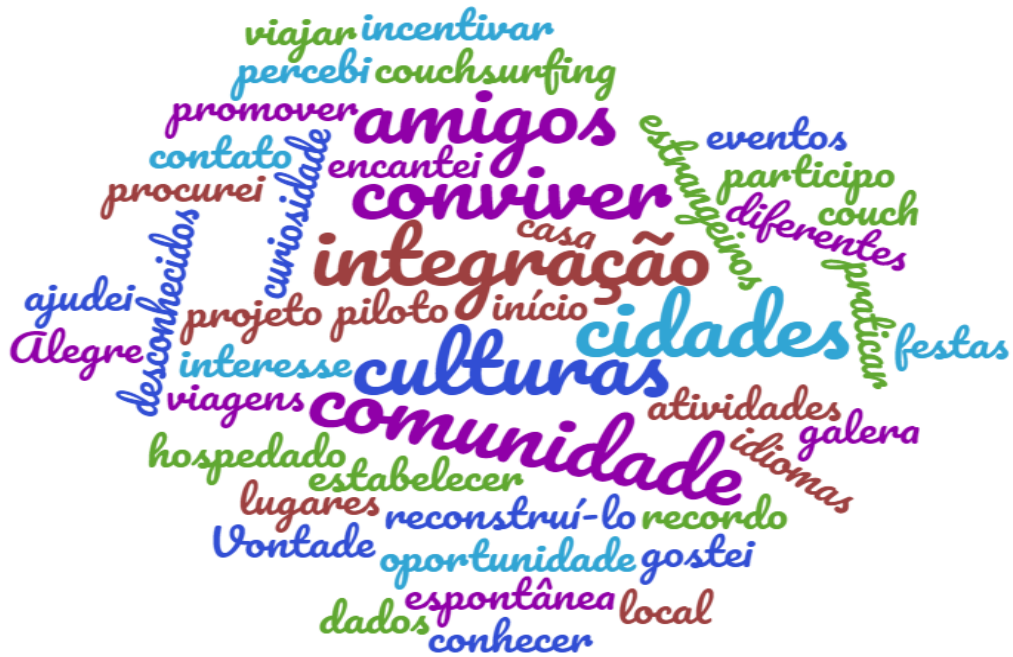
Na rede *Couchsurfing*, em se tratando dos embaixadores, na adaptação feita para fins dessa pesquisa, não se observaram demandas dessa natureza, o que justifica o não aparecimento dessa categoria para análise.

Após a visão geral apresentada sobre as motivações dos embaixadores, seguem a subcategorias, para as quais se optou pela elaboração de nuvem de palavras.

6.2.2.1 Subcategoria: motivações para entrar na rede

A pergunta feita aos embaixadores foi: “O que o levou a integrar-se na rede *Couchsurfing* [...]”, e a soma das respostas dos oito embaixadores resulta na imagem que segue:

Figura 16 - Motivações dos embaixadores para entrar na rede



Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

As palavras com maior incidência nas respostas obtidas foram: **amigos**, **conviver**, **idades**, **integração**, **culturas**, **comunidade**. Nas palavras com menor incidência, considerando missão e princípios, faz-se importante registrar: **viajar**, **curiosidade**, **estrangeiros**, **idioma**, **conhecer**, **casa**. Destaca-se que boa parte das respostas analisadas mostram, de certa forma, interesse pelo sujeito, seja em *conviver*, *conhecer*, *fazer amigos*, *conhecer culturas*, *conhecer o mundo*, *integrar-se*, *curiosidade* e etc.

O termo **comunidade** é constantemente utilizado pelos embaixadores ao fazerem referência ao *Couchsurfing*: “Puxar e animar a comunidade para estar sempre em movimento” (E1); “reconhecimento do meu envolvimento com a comunidade” (E3). Na sociologia, comunidade, de forma geral indica um grupo do qual se faz parte com o qual são divididos interesses, objetivos e similaridades de ideias.

Desta forma, na análise das entrevistas, observa-se que o CS é compreendido como compartilhamento, convívio, o que pressupõe a existência de anuência aos valores e missão apregoados pela rede. Numa comunidade há regras, por exemplo, os perfis precisam ser preenchidos (de forma mais completa possível) para que se estabeleça uma relação de maior confiança entre os membros da comunidade.

Outro ponto importante são as palavras: **estrangeiros e desconhecidos**, pois, se pensarmos a apresentação da rede e as informações contidas em cada perfil, muito se difere do conceito apresentado por Montandon (2011, p. 56) em que “ser estrangeiro é atender a quatro critérios: a) ser desconhecido; b) vir de fora; c) estar de passagem; e d) não ser conforme os hábitos do lugar”.

Uma vez que o usuário fornece, antecipadamente no seu perfil, informações pessoais, alguns de seus hábitos, descreve sua casa e apresenta restrições para hospedagem, parece não ser ele um estrangeiro, um desconhecido. Além disso, os perfis já possibilitam que tanto *host* quanto *guest* possam reconhecerem-se nas afinidades.

Essa busca por afinidades e interesses é identificada nas entrevistas realizadas, quando os embaixadores do CS no Brasil, afirmam: “*conviver com pessoas com os mesmos interesse de viagens, festa*”(E1); “*Após um tempo você percebe os tipos de viajantes e com os quais você se dá melhor e passa a selecionar*”(E1); “[...]que mandam um ótimo pedido, que são de algum país que tenho interesse ou que falem uma língua que esteja estudando” (E5); “*Eu busco me conectar a pessoas que tem interesses e/ou afinidades semelhantes aos meus*”(E6).

Seguindo a definição anteriormente apontada por Montandon (2011, p. 56) dois critérios parecem ser contemplados, já que o *surfer vem de fora e está de passagem*, os outros dois, **ser desconhecido** e o **não ser conforme os hábitos do lugar** podem ser relativizados já que existem informações prévias sobre os sujeitos, sobre as residências para hospedagem e até sobre as cidades.

Tendo em vista os interesses apontados serão abordados no próximo tópico que tratará com as motivações dos *surfers* para se tornarem embaixadores da rede.

6.2.2.2 Subcategoria: motivações para ser embaixador

Os embaixadores foram questionados sobre: “[...] **como você se vê na qualidade de embaixador?**”, em relação a esse questionamento o conjunto de respostas, organizadas a partir da incidência de palavras originou a seguinte nuvem para análise:

Figura 17 - Motivações para ser embaixador



Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

As palavras com maior incidência foram: **orientar, participação, comunidade, missão, rede, estimular e promover**. Nas palavras com menor incidência, considerando o conceito de embaixador definido pela rede e apresentado anteriormente na pesquisa, destacam-se os verbos que provavelmente indiquem as ações do sujeito embaixador: **incentivar, motivar, mediar, animar, disseminar, tornar e esclarecer**.

Não há, como se pode observar, diferenças de sentido marcantes entre as palavras com maior e menor incidência, muito pelo contrário, todas pertencem ao campo semântico conceitual expresso na missão e nos valores. Uma das

hipóteses para justificar essa paridade é que os embaixadores estão na rede há muito tempo e, nesse sentido, reforçam e reiteram o discurso CS.

Destaca-se que, em boa parte das respostas analisadas, existem, assim como no conceito identificado no site, palavras que sinalizam movimento de união e de interação entre os membros da rede, sendo essa a real função do embaixador, disseminar as ideologias e a missão do *Couchsurfing*, mantendo a rede o mais ativa possível.

Com relação ao momento em que se tornaram embaixadores, muitos afirmam que isso foi consequência de sua assiduidade e comprometimento com a rede, por exemplo: *“Ser convidado pra ser o embaixador local, e hoje nacional, foi só reconhecimento do meu envolvimento com a comunidade”* (E3); *“Desde o início participo sendo hospedado e hospedando pessoas, e como sempre procurei incentivar e promover as atividades da minha comunidade local, foi natural acabar como embaixador”* (E5), desta forma, não agregando muitas outras funções, além das que já eram desempenhadas por eles na rede.

A seguir estarão descritas as motivações dos demais usuários da rede *Couchsurfing* sob o olhar do grupo de embaixadores.

6.2.2.3 Subcategoria: motivações dos demais usuários na visão dos embaixadores

A pergunta feita aos embaixadores para obtenção das respostas foi: **“Para você, o que as pessoas buscam na experiência de couchsurfing?”**, sendo que a soma de todas as respostas resulta na Figura 18:

Figura 18 - Motivações dos demais usuários



Fonte: elaborado pelo autor (2019).

As palavras com maior incidência foram: **local, conhecer e hospedagem**, seguidas por: **economizar, motivação, gratuita e rede**. Em se tratando do modelo CS, causa estranheza palavras como economizar e gratuita, pois de certa forma não pertencem ao campo semântico da rede.

A abertura para o outro, para o estranho, é o valor majorado pela rede que prevê expansão pela relação como identificado nos seguimentos: “*couchsurfing é sobre ter experiências pessoais e passam a buscar a rede para ter um amigo local*” (E1); “*uma forma de fazerem um mundo melhor aprendendo com a diversidade inerente ao ser humano!*” (E2); “*Troca de experiências e Cultura*” (E3). Esses fragmentos revelam a congruência com o que é proposto pelo discurso institucional.

Assim, quando os embaixadores apontam, pela sua percepção, que a rede está sendo utilizada como forma de hospedagem gratuita, expressam o seu incômodo por esse desvio de princípios, como observado nos seguimentos: “*Buscam, a princípio, hospedagem gratuita*” (E1), “*Muitos, **infelizmente**, uma hospedagem gratuita!*” (E2) (grifo nosso), “*Hospedagem, **muitas vezes** estão em busca de hospedagens gratuitas*” (E6). O embaixador 4 deixa claro seu descontentamento com esse padrão:

Hoje, muita gente está atrás do de hospedagem gratuita. **Isso é errado**, e o pessoal assim tem muito mais chance de ter dificuldade em

conseguiu *host*, e de ter uma experiência ruim. **A motivação deveria ser conhecer pessoas e trocar experiências** (E4) (Grifo nosso).

Esse tipo de comportamento é apontado por metade do grupo de embaixadores que se referem a isso como um fato recorrente. Dessa forma pode-se afirmar que há atualmente na rede, na visão dos embaixadores motivações diferentes das basilares.

Importante ressaltar que a figura do embaixador está diretamente relacionada ao institucional, justamente pelo dever de zelar pelo que é proposto para a rede, conforme conceitos apresentados anteriormente.

Nesse sentido é bastante compreensível o incômodo dos embaixadores em relação à crescente demanda de usuários inscritos na rede com intenção de tão somente economizar por meio das hospedagens que se dão de forma gratuita. As motivações para hospedar não incluem as trocas monetárias, conforme subcategoria a seguir.

6.2.2.4 Subcategoria: motivações para hospitalidade/hospedagem

Em se tratando das motivações para a hospitalidade/hospedagem, cabe, inicialmente destacar que as questões que originaram essa categoria eram: **“Caracterize a hospitalidade no contexto da rede CS”** e **“Quais motivações para receber alguém em sua casa”**.

Sabe-se que hospitalidade e hospedagem podem e, para essa pesquisa são, conceitos diferentes, tanto que podemos ter uma hospedagem hospitaleira ou não hospitaleira – hospitalidade entendida como um qualificador da hospedagem. Em uma forma usual refere-se ao “receber bem”.

Porém, como anteriormente apresentado, tem-se a hospitalidade como um fenômeno relacional, um espaço “entre”, em que os envolvidos, em relação, transformam-se, em que aprendizagens são realizadas. Dessa forma, hospitalidade não é apenas uma regra de conduta.

A nuvem de palavras obtida, na junção das questões, é a que se apresenta:

Figura 19 – Hospitalidade no Couchsurfing é



Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Alguns dos termos mencionados pelos embaixadores estão presentes nos princípios ou missão da rede, tais como o “**compartilhar**”, “**experimentar**”, “**vivenciar**”, “[ter ou fazer] **amigos**”. Ou seja, quando os embaixadores buscam definir a hospitalidade no contexto da rede, há um reforço do discurso institucionalizado. Nada a estranhar se considerarmos que, pela própria rede, os embaixadores são, como já apresentado, “os couchsurfers que exemplificam nossos Valores Essenciais na maneira como vivem e compartilham suas vidas” (COUCHSURFER, 2017). O entrevistado E5 caracteriza muito bem o tipo de hospitalidade “é bastante natural, desde que você procure estabelecer uma relação de interesse em conhecer e interagir com a pessoa que vai te hospedar” (E5). Ou seja, há a previsão de um estabelecimento genuíno de relacionamento, que não esteja pautado por uma hospedagem grátis (que é apontado como um entrave hoje por alguns couchsurfers como anteriormente referido).

Apesar dessa adesão, quando apresentam as suas motivações para receber alguém pela rede CS surgem algumas contradições ou, pelo menos, paradoxos: o sujeito que sustenta que a hospitalidade na rede é de confiança e de trocas culturais é o mesmo que, posteriormente, afirma que só recebe em sua

casa alguém por quem ele, embaixador, tenha interesse. Cabe, entretanto, destacar que não é esse o comportamento majoritário, tanto que é possível observar sujeitos que dizem que a hospitalidade na rede é fazer amigos, compartilhamento e acolhimento e são essas as mesmas respostas quando apresentam as suas motivações para receber alguém: compartilhar, fazer amigos, apresentar a cidade.

Alguns interesses, embora possam ser identificados como pessoais, “*vontade de conhecer gente nova*” (E3) ou “*Conhecer pessoas com interesses e afinidades semelhantes*” (E5), encontram eco positivo nos próprios princípios e missão da rede CS. Ainda, levando em consideração a fundamentação teórica já apresentada, destaca-se a incidência da palavra **troca**: “ter contato com a cultura deles e mostrar a minha” (E3); “troca cultural” (E1); “[...] é ser bem recebido e acolhido [...] devolvendo a gentileza recebida a outro *couchsurfer*.”.

A análise das respostas dos embaixadores, a partir das subdivisões de suas motivações, permite o traçado verticalizado desse quadro trazendo à tona alguns movimentos sutis de mudança.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com intuito de conduzir o presente estudo às suas últimas considerações, faz-se necessária a retomada da trajetória do *Couchsurfer* e pesquisador, na qual apresentam-se experiências, descobertas e motivações que fizeram emergir os questionamentos fundantes desta pesquisa.

Logo no início quando é citado o mito de Baucis e Filemon, questiona-se: “*O que o mito nos diz sobre a hospitalidade que pode ser relacionado ao sistema couchsurfing? Como primeira resposta, embora em texto introdutório, apontou-se o que revelava “sobre a capacidade de o ser humano ser acolhedor, de receber um estrangeiro, um estranho. O mito também é revelador de um sistema de trocas posto (dar-receber-retribuir), o que nos permite refletir sobre o funcionamento do couchsurfing (CS)”*”.

De fato, o mito leva a refletir sobre o sistema de trocas, já que Baucis e Filemon recebem os estrangeiros/estranhos sem estabelecerem quaisquer condições ao acolhimento, ou seja, oferecem uma hospitalidade incondicional. São os deuses que reforçam o sistema de trocas, tal como apresentado por Mauss (1923 – 24/2003) e sua teoria dar, receber e retribuir, ao oferecer como troca pela hospitalidade recebida a concretização de dois desejos de cada um dos anfitriões.

Após a análise do sistema *Couchsurfing* considera-se que ele, assim como o mito, revela sobre a capacidade do ser humano de ser acolhedor. Contudo, ao citar o estranho/estrangeiro, é preciso refletir sobre quão estranho os usuários da rede podem ser uns para os outros, na medida em que se compartilham, no espaço virtual da rede, informações, imagens, gostos, ou seja, diversas informações que possibilitam não só uma comunicação que antecede ao encontro presencial, mas também uma criação de imagens dos *Couchsurfers* (sejam eles hóspedes ou anfitriões).

Muitas vezes essa comunicação pode ser decisiva para que ocorra ou não o acolhimento - já que o anfitrião pode negar a sua morada – fato esse que não ocorre no mito. Ainda há de se destacar que o CS se aproxima da visão de hospitalidade dos deuses, pois há um sistema de trocas defendido, embora não sejam elas comerciais, ainda que seja necessário atentar-se para o fato de que alguns estejam se valendo da rede para conseguir hospedagem gratuita.

Na revisão teórica, pontuou-se a existência de duas linhas de pesquisas sobre hospitalidade, a francesa e a americana. Para o desenvolvimento da pesquisa, de acordo com a problemática e objetivos propostos, e pelos dados coletados, aspectos teóricos da chamada linha francesa sobressaíram-se, já que palavras como conexão, mundo melhor, compartilhamento, dar-receber constituíram-se em elementos-chave para o entendimento do sistema *couchsurfing*.

Reflexões e conceitos construídos por filósofos, sociólogos e antropólogos, foram essenciais para a análise da rede como um sistema aberto, relacional e que se volta para um ideal de mundo melhor, em que não existem fronteiras, apenas pessoas que se relacionam em busca de conhecimentos e aprendizagens.

Outro apontamento relacionado à revisão teórica é que o estudo do *Couchsurfing* no campo da hospitalidade no Brasil ainda é bastante incipiente, contando com poucas pesquisas que contribuam efetivamente a esse objeto de estudo. De acordo com a revisão bibliográfica o trabalho intitulado “Tem um lugar em seu sofá? A hospitalidade em Jaguarão/RS, na perspectiva da rede *couchsurfing*” de Moreira (2016), apresentado ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais, é atualmente, uma das poucas contribuições ao estudo do *Couchsurfing* no Brasil voltado à hospitalidade.

Dessa forma, parte significativa dos conceitos apresentados para composição da voz institucional foram retirados do site oficial da rede, para alcance dos objetivos da pesquisa (geral e específicos). Os objetivos específicos propostos eram: a) Caracterizar a rede *couchsurfing* Brasil, a partir de sinalizadores discursivos depreendidos da voz institucional; b) Sistematizar proposições teóricas sobre hospitalidade/acolhimento; c) Analisar interpretativamente a voz institucional do *couchsurfing* à luz de proposições teóricas sobre hospitalidade.

No objetivo específico de caracterizar a rede *Couchsurfing* Brasil, a partir de sinalizadores discursivos depreendidos da voz institucional, é possível afirmar que a rede reforça as relações interpessoais, buscando aproximar pessoas, embora, como anunciado anteriormente, não sejam elas tão “estranhas” quanto o próprio sistema afirma. Há conhecimento prévio dos *surfers* e isso não representa nenhuma crítica, até porque intensificar os níveis de segurança na rede,

representa a sobrevivência desse tipo de hospitalidade. Outra característica do *Couchsurfing* é a existência de um sistema de trocas como anteriormente referido, porém essas trocas dizem respeito a conexões, a aprendizagens. Há de se ressaltar, entretanto, que a rede é permeável, já que algumas pessoas buscam nela tão somente uma hospedagem gratuita. Esse fato, por si, é indicativo da possibilidade (e talvez necessidade) de novas pesquisas, que poderiam perspectivar mudanças na rede. Embora não tenha sido esse o foco da pesquisa, faz-se necessário maior aprofundamento dessa questão, ainda mais se esse comportamento começar a ser mais comum.

Nos outros dois objetivos (sistematizar proposições teóricas sobre hospitalidade/acolhimento, para, num terceiro objetivo, analisar interpretativamente a voz institucional do *couchsurfing*), destaca-se que: a) há solidez e unidade entre missão, valores, porém ela não se estende àquilo que os embaixadores dizem sobre a rede. b) as motivações dos embaixadores revelam, de forma mais acentuada, o sistema de dar, receber e retribuir; ou seja, embora exista no horizonte a perspectiva de um mundo melhor, de conexões, de tolerância e de respeito mútuo, os sujeitos “pelo menos os embaixadores” também desejam algo em troca e esse algo nem sempre são conexões; c) destaca-se que existem motivações que podem ser consideradas instrumentais para o acolhimento, ou seja, posso acolher aquele que me oferece o que previamente desejo. Quando isso ocorre pode-se perder um espaço essencial de relacionamento, pois não vejo o outro na relação, mas sim aquilo que ele pode me oferecer.

Interessante ainda registrar os elementos metafóricos/metonímicos que conceituam a hospitalidade na rede: A ponte (conexão); A mão oferecendo uma flor para alguém que você não vê (hospitalidade incondicional); xícaras de chá quente com biscoitos (aconchego); placa sinalizando diversas direções (abertura ao novo) e uma árvore recém-plantada (aprendizagens / mudança). Eles exprimem a essência da rede e da hospitalidade a ser oferecida.

Estudos sobre demandas para o acolhimento no CS precisam ser intensificados e os aportes teóricos advindos de Perazzolo, Ferreira e Santos (2016), sobre disposições para o acolhimento podem contribuir para as análises. De forma preliminar, ao fazer adaptações ao modelo proposto, o discurso permite depreender a ausência de demandas extrínsecas no CS, embora já existam

manifestações de demandas intrínsecas. Para o CS as demandas livres, são as representativas desse modelo de hospitalidade.

Portanto, a análise feita na pesquisa leva a refletir sobre dois aspectos referentes à voz institucional. O primeiro aspecto diz respeito ao discurso online o qual engloba a missão, o conceito de “embaixador” e os princípios da rede localizados no site. Já o segundo aspecto se refere ao discurso do usuário embaixador. Ambos aspectos são elementos fundantes da voz institucional da rede, contudo, existem rupturas entre as proposições apresentadas no discurso *online* e o que se pode observar nas entrevistas com os embaixadores da rede.

O discurso *online* nos leva a pensar o CS como uma prática que retoma o lado mais social da hospitalidade que é receber o estrangeiro nos espaços da casa/lar; a missão leva a pensar sobre uma hospitalidade que pressupõe compartilhamento e respeito mútuo: “os *Couchsurfers* compartilham suas vidas com as pessoas que encontram, promovendo o intercâmbio cultural e o respeito mútuo” (COUCHSURFING, 2017). Os valores seguem por esse viés ao propor: “Compartilhe sua vida”, “crie conexão”, “ofereça bondade”, “fique curioso” e “deixe o melhor do que você encontrou”.

Contudo, o discurso dos embaixadores permite identificar rupturas e discordâncias entre as proposições dos conceitos apresentados no site do CS, quando apresentam suas motivações que tendem mais para objetivos pessoais e não para as motivações globais que são defendidas no discurso online. Outro ponto se refere à motivação dos demais usuários, visto que os embaixadores indicam uma crescente demanda de pessoas querendo economizar e que veem a rede somente como forma de obter hospedagem gratuita.

As aproximações propostas na presente pesquisa, levam a refletir sobre a hospitalidade presente na rede *Couchsurfing*. Sabe-se que ela ocorre em ambiente doméstico, mas parece regida de um contrato que apresenta traços dos mais diversos conceitos de hospitalidade e acolhimento. Portanto, há um campo aberto a novas pesquisas que vão desde a análise da **comunidade Couchsurfing** como Corpo Coletivo Acolhedor, até a investigações sobre demandas dos *hosts* e *guests* e mais das demandas do mesmo sujeito na condição de anfitrião e não condição de hóspede.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. L. de. **A árvore**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1916.
- ARAUJO, E. F. de C. B. Fatores que influenciam a consumação de alimentos em uma experiência de couchsurfing. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí. Itajaí: Biblioteca Comunitária Campus Balneário Camboriú.
- BAHKTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Editora Hucitec, 1986.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papyrus Editora, 2006.
- BEZERRA, L. T.; FERREIRA, L. V. F. Turismo, viagem e economia compartilhada: as experiências relatadas pelos usuários do Couchsurfing em Natal/RN. **Turismo-Visão e Ação**, v. 20, n. 3, p. 375-388, 2018.
- BOAVENTURA, E. M. A construção da universidade baiana: objetivos, missões e afrodescendência [online]. **Educação planetária em face da globalização**. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 197-212.
- BORGES, A. A.; SILVA, L. G. da; GONZAGA, C. V. F. P.; ROSA, R. L. Relato de uma Viagem sem Dinheiro pelo Brasil, Bolívia e Peru em 2015/2016. **Revista Turismo em Análise**, v. 29, n. 3, p. 540-562, 2018.
- BRAIT, B; MELO, R. de. Enunciado/ enunciado concreto/ enunciação. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.
- CAMARGO, L. O. de L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A.; BUENO, M. S. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, p. 7-28, 2003.
- CAMARGO, L. O. de L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, v. 2, 2004.
- CAMARGO, L. O. de L. Hospitalidade. In: TRIGO, L. G. G (Org.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- CAMARGO, L. O. de L. Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. **Revista hospitalidade**, v. 3, n. 2, p. 11-28, 2006.
- CAMARGO, L. O. de L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, v. 5, n. 2, p. 15-51, 2007.
- CAMARGO, L. O. de L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, v. 5, n. 2, p. 15-51, 2008.
- CAMARGO, L. O. de L. Apresentação à edição brasileira: o estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade: acolhida do**

estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac, p. 13-30, 2011.

CAMARGO, L. O. de L. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, p. 42-69, 2015.

CAMPOS, P. M. **O mais estranho dos países**. Editora Companhia das Letras, 2013.

CARDOSO, C. M. **Tolerância e seus limites: um olhar latino-americano sobre a diversidade e desigualdade**. São Paulo, UNESP, 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2007.

CHIZZOTTI, A. Da pesquisa experimental. *In*: CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CISNE, R. de N. C. **Roteiro turístico, tradição e superação: tempo, espaço, sujeito e (geo)tecnologia como categorias de análise**. 212 p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade) - Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/handle/11338/599>. Acesso em: 5 set. 2018.

COELHO, F. T. **Processos comunicativos digitais e presenciais na comunidade CS POA: relações culturais/identitárias e perspectivas de cidadania comunicativa e cultural**. 248 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. São Leopoldo, 2014. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3827>. Acesso em: 7 mai. 2019.

CORTEZ, M. P. N. **Liberte o conhecimento: Ética hacker, P2P e as novas perspectivas para a moral contemporânea**. 323 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/disserta_ncortez_2013.pdf. Acesso em: 7 mai. 2019.

COSTA, R. B. **Economia da Confiança: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing**. 243 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UERJ / Rede Sirius / Biblioteca CEH/A, 2017. Acesso em: 07 mai. 2019.

COUCHSURFING. About us. 2017. Disponível em: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>. Acesso em: 3 abr. 2018.

COUTO, M. **Poemas escolhidos**. Editora Companhia das Letras, 2016.

DAHLET, P. Dialogização enunciativa e paisagens do sujeito. *In*: BRAIT, B. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Editora da Unicamp,

1997, p. 59-87.

DECROP, A.; DEGROOTE, L. Le Couchsurfing Un réseau d'hospitalité entre opportunisme et idéalisme. **Téoros - Journal of Tourism Research**, n. 33,v. 1, 2014.

DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Org.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Org.). **Planejamento e Gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2004.

DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Org.). Pesquisa como base para a construção teórica no campo do turismo e da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 1, p. 55-67, 2005.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S.; e Colaboradores. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
DERRIDA, J. **Adeus a Emmanuel Lévinas**. São Paulo: Perspectiva, 2008. (Coleção Debates).

DIAS, G. F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 5. ed. São Paulo: Gaia, 1998.

FIDALGO, A. **O Consumo de Informação: Interesse e Curiosidade**.1996. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

FIGUEIREDO, A. F. A. de. **Sobre buscas e sentidos em uma rede mundial de viajantes: The Couchsurfing Project**. 124 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/559>. Acesso em:7 mai.2019.

FIGUEIREDO, A. F. A. de. **A Dádiva das Viagens: do Cosmopolit(an)ismo discursivo a uma práxis transcultural**. 354 p. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2014.

FIGUEIREDO, A. F. A. de. A casa e o acolhimento como ação descolonial. In: BRUSADIN, L. B. (Org). **Hospitalidade e dádiva: a alma dos lugares e a cultura do acolhimento**. Curitiba: Prismas, 2017, p. 195-213.

FLECHA, A. **O Impacto das Novas Tecnologias nos Canais De Distribuição Turística: Um Estudo de Caso em Agência De Viagens**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

FLICK, U. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Coleção Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Bookman, Artmed, 2009.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. **Paidea**, v. 14, n. 28, p. 139-

152, 2004.

GADAMER, H.-G. **Verdade e método**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**. 11ed. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983.

GIDRA, G.; DIAS, C. Hospitalidade: da simplicidade à complexidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti (org.). Planejamento e gestão em Turismo e Hospitalidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

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

GRASSI, M. C. Transpor a soleira. In: MONTANDON, A. (Dir.). **O livro da hospitalidade**: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac, 2011, p. 45-53.

GRINOVER, L. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, v. 3, n. 2, p. 29-50, 2006.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

GRINOVER, L. A Hospitalidade e as Transformações Urbanas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31, 2008, Natal. **Anais [...]**. Natal: 2008.

IKAWA, Rafael Tomio Rezende; DOS SANTOS, Marcia M. Cappellano. Sinalizadores discursivos da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e uma comunidade–corpo coletivo acolhedor. **Revista Hospitalidade**, n. 1, p. 325-343, 2015.

JUNIOR, N. de A. B. **Eros e Tânatos nos meios de comunicação de massa e na Web 2.0**: a pulsão de integração e confiança no website CouchSurfing. 110 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2010. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/5326>. Acesso em: 7 mai. 2019.

KANT, I. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. Trad. Paulo Quintela. Lisboa: Edições, v. 70, n. 1, 1980.

KNUPP, G. C. E. M. **Fundamentos do turismo**. Curitiba: Intersaberes, 2015.

LANER, F. J. **Manifestações patológicas nos viadutos, pontes e passarelas do município de Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2001.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004.

LEGENDRE, R. **Dictionnaire actuel de l'éducation**. 2. ed. Montréal: Guérin, 1993. (Le Défi Éducatif Collection).

LEVINAS, E. **Carnets de captivité**: suivi de *Écrits sur la captivité*; et, Notes philosophiques diverses. Paris: Grasset & Fasquelle, 2009.

LOURO, G. L. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autentica, 2007.

MAFFESOLI, M. Mesa, espaço e comunicação. In: DIAS, C. M. M. (org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manoele, 2002.

MARCELINO, G. K.; CAMARGO, L. O. de L. Dimensões teóricas da noção de hospitalidade. In: BRUSADIN, L. B. (Org). **Hospitalidade e dádiva**: a alma dos lugares e a cultura do acolhimento. Curitiba: Prismas, 2017, p.43-82.

MARINER, M. A.; FERNÁNDEZ, F. R. Couchsurfing como opción de alojamiento turístico. **Revista Turismo e Sociedade**. v.4, n.1, p. 123-143, abril de 2011.

MARTINELLI, Maria Lúcia et al. **Pesquisa qualitativa: um instigante desafio**. São Paulo: Veras, p. 10-55, 1999.

MATOS, B. G. **A significação das relações de troca em uma rede colaborativa de hospedagem: histórias das experiências vividas por couchsurfers**. 147 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, 2017. Recife: Propad, Capes, Proci. Central. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/27491>. Acesso em: 07 mai. 2019.

MATOS, B. G.; BARBOSA, M. L. A.; MATOS, M. B. A. Consumo Colaborativo e Relacional No Contexto do Turismo (...). **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. 13, n. 1, p. 218-241, ago. 2016.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify. 2003.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *In*: _____. **Sociologia e Antropologia**. v. 2. São Paulo: Edusp, 1974.

MELO, P. G. R. de; SÍVERES, L. A pedagogia da hospitalidade a partir da filosofia da alteridade em Levinas. **CONJECTURA: filosofia e educação**, v. 17, n. 3, p. 34-48, 2012.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: SENAC, 2011.

MONTANDON, M. I. Desafios e perspectivas para a formação de professores na UnB – a experiência da Coordenação de Integração das Licenciaturas-CIL. In: FERNANDES, M. L. B. (Org.). **Trajetória das Licenciaturas da UnB: A experiência do Pro docência em foco**. Brasília: Universidade de Brasília, 2011. p. 45-54.

MOREIRA, M. A. N.; GOMES, C. L. A hospitalidade na rede social Couchsurfing: cruzando a soleira virtual em Jaguarão, no extremo Sul do Brasil. **Revista Brasileira Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v.12, n. 2, maio/ago. 2018.

MOREIRA, M. A. N. **Tem um lugar em seu sofá? A hospitalidade em Jaguarão/RS, na perspectiva da rede couchsurfing**. 148 p. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-B2BKG/1/tese_marcina_1_.pdf. Acesso em: 7 mai. 2018.

MOREIRA, M. A. N.; GOMES, C. L. A. Lazer e turismo no limiar de uma rede de viajantes: estudo de caso do *Couchsurfing* no extremo sul do Brasil. XIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR. **Anais [...]**. São Paulo: ANPTUR, 2016. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/550.pdf>. Acesso em: 8 nov. 2018.

OLIVEIRA, A. C.; SANTOS, M. M. C. dos. No panorama conceitual da hospitalidade, a presença de novos aportes teóricos. *In*: VI Seminário em Turismo do Mercosul– SeminTUR, Caxias do Sul, **Anais [...]**, Caxias do Sul: UCS, 2010. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/01/No%20panorama%20conceitual%20da%20hospitalidade.pdf. Acesso em: 4 jul. 2018

PERAZZOLO, O. A.; PEREIRA, S.; SANTOS, M. M. C. dos. Sincronia e simetria: proposições tipológicas para o acolhimento. *In*: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 11, 2014, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2014. Disponível em: http://www.anptur.org.br/novo_portal/anais_anptur/anais_2014/arquivos/DHT/DHT2/093.pdf. Acesso em: 27 dez. 2018.

PERAZZOLO, O. A.; SANTOS, M. M. C. dos; PEREIRA, S. Dimensión relacional de la acogida. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, Argentina, v. 22, n. 1, p. 138-153, jan. 2013. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725735008>. Acesso em: 27 dez. 2018.

PERAZZOLO, O. A.; FERREIRA, L. T.; SANTOS, M. M. C. dos; ZERGER, E. Relações de Hospitalidade no Entrecruzamento das Dimensões ‘Sincronia’ e ‘Simetria’ no Contexto do Turismo. **Rosa dos Ventos**, v. 8, n. 4, p. 538-554, 2016.

PERROT, D. Dádiva: hospitalidade e reciprocidade. *In*: MONTANDON, A. (Org.) **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011.

ROHDEN, S. F.; DURAYSKI, J.; TEIXEIRA, A. P. P.; MONTELONGO, A.; ROSSI, C. A. V. Consumo Colaborativo: Economia, Modismo ou Revolução? **Desenvolve**, Canoas, v. 4, n. 2, jul. 2015.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, v. 22, n. 44, 2002, p. 289-310.

SANTOS, M. M. C.; PERAZZOLO, O. A. Hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v. 6, n. 1, jan./abr. 2012, p. 3-15.

SÍVERES, L. **Universidade, torre ou sino?**. Editora Universa, 2006.

THOMAZZI, M. R. **Hostel**: território de hospedagem marcado pela trama turístico-comunicacional. 198 p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade) – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2019. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/handle/11338/4706>. Acesso em: 15 set. 2019.

VOLOCHÍNOV, V. N. (Círculo de Bakhtin). **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 13. ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

VERA, L. A. R.; GOSLING, M. de S. Comportamento do Consumidor na Economia Compartilhada no Turismo. **Revista Turismo em Análise**, v. 29, n. 3, p. 447-467, 2018.

WERTHEIN, J. **Educação, emprego e cidadania**. Folha de São Paulo, São Paulo, 3 fev. 1999. Opinião. Caderno 1, p. 3.

APÊNDICE 1

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Aspectos sobre o *Couchsurfing*

- O que é o *couchsurfing* para você?
- Para você, o que as pessoas buscam na experiência de *couchsurfing*?
- O que te levou a integrar-se na rede *couchsurfing* e como você se vê na qualidade de embaixador?

Hospitalidade/Acolhimento

- Caracterize hospitalidade no contexto da rede *couchsurfing*?
- Quais motivações para receber alguém na sua casa?
- O que você espera de sua relação com os demais usuários da rede?

Turismo

- Caracterize o turismo no contexto da rede de *couchsurfing*?
- Qual a principal motivação dos turistas inseridos na rede de *couchsurfing*?

APÊNDICE 2

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em participar da pesquisa intitulada “Um sofá por vez: concepções de hospitalidade sinalizadas nas relações entre usuários da rede couchsurfing” desenvolvida por Gabriel Godoi da Silva¹⁷, e orientada por Luciane Todeschini Ferreira¹⁸.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é identificar aspectos conceituais e teórico-pragmáticos da hospitalidade, no âmbito do *couchsurfing* envolvendo diferente atores, a partir de seus sinalizadores discursivos encontrados nas avaliações de postadas no perfil de embaixadores e nas entrevistas feitas com os embaixadores da rede *couchsurfing* brasileira.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão submetidos às normas éticas destinadas à pesquisa envolvendo seres humanos, e minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista semiestruturada [a ser gravada a partir da assinatura desta autorização]. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo pesquisador e sua orientadora.

Fui ainda informado(a) de que posso me retirar dessa pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo para meu acompanhamento ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos.

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

_____ de ____ de 2019.

Nome (por extenso)

Assinatura

¹⁷ Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: godoigabriel18@gmail.com; Telefone: (51) 9 8543-5979.

¹⁸ Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado da Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: ltferrei@ucs.br