

**ISCTE  IUL**  
**Instituto Universitário de Lisboa**

Departamento de Sociologia

O intercâmbio de hospitalidade e a sua influência nos jovens  
viajantes:

O caso do *CouchSurfing* na cidade do Porto

Isabel Cunha Tootill

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em  
Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Dennis Nickolayevich Zuev, Investigador do Centro de Investigação e Estudos de  
Sociologia  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Inês Conceição Farinha Pereira, Professora auxiliar convidada  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Junho, 2017



**ISCTE  IUL**  
**Instituto Universitário de Lisboa**

Departamento de Sociologia

O intercâmbio de hospitalidade e a sua influência nos jovens  
viajantes:

O caso do *CouchSurfing* na cidade do Porto

Isabel Cunha Tootill

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em  
Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Dennis Nickolayevich Zuev, Investigador do Centro de Investigação e Estudos de  
Sociologia  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Inês Conceição Farinha Pereira, Professora auxiliar convidada  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Junho, 2017



## AGRADECIMENTOS

Apesar da individualidade inerente ao trabalho presentemente apresentado, este não teria sido possível sem o apoio e constante incentivo de um conjunto de pessoas a quem estarei eternamente grata.

Ao Professor Doutor Dennis Zuev, por ter aceite o meu pedido de orientação, tão em cima da hora, e por tê-lo feito de forma interessada, disponível e profissional, repleta de conhecimentos, opiniões e conselhos que tão benéficos e proveitosos me foram. À Professora Doutora Inês Pereira, coorientadora, pela ajuda disponibilizada em momentos cruciais deste desafio. Ainda à Professora Doutora Rita Espanha que, apesar de não ter responsabilidade direta sobre esta dissertação, me auxiliou e apoiou sempre que a necessidade assim surgiu.

À Morgan, ao Ilia, ao Ragnar, à Anna, à Caterina, à Ana, ao Miguel, ao Aurélio, ao João, ao Leandro, ao Tomás, à Júlia e ao Marcos, pela forma disponível e simpática com que aceitaram ser entrevistados, contribuindo para este projeto sem qualquer reserva.

Ao meu pai, homem incansável, que em momento algum me deixou desistir. Sem o seu incentivo e preocupação constantes esta dissertação nunca teria ganho forma. Sem o seu conhecimento e cultura, transmitidos e discutidos ao longo de toda a minha vida – particularmente ao longo dos últimos dois anos – eu não me teria formado desta forma e não seria o que sou hoje.

À Filomena que, ao longo de todo o processo, aquando dos momentos de maior aflição, me tranquilizou com a sua sabedoria e discurso inigualáveis.

Ao Filipe, irmão, amigo e companheiro de todas as horas, pelo carinho e amizade transmitidos desde 1995 até hoje. Sem dúvida o melhor presente que a vida me deu.

À minha querida avó Manuela, para quem olho, desde que me lembro, como modelo a seguir. Sem o seu suporte incondicional este caminho teria tido o triplo da dificuldade.

À Daniela, por ter estado comigo na luta e por ter acreditado em mim, sempre. Sem a sua força e amizade as horas de trabalho não teriam passado tão depressa, e os últimos seis anos não teriam estado completos.

À Jéssica, por ter dado sentido à minha ida para Lisboa.

À Rita, pela dupla imbatível que formou comigo desde o momento em que nos conhecemos, e pela tamanha amizade que esta suscitou.

À Romana, ao Rafael, à Andreia, à Alexandra e ao João, pelos últimos seis anos e por terem, de facto, ficado até ao fim.

## RESUMO

Os meios de comunicação têm, ao longo das últimas décadas, sofrido vastas alterações devido aos acelerados desenvolvimentos tecnológicos, resultando numa profunda transformação da natureza dos relacionamentos humanos. A evolução de plataformas *online*, nomeadamente de redes sociais *online*, tem contribuído neste sentido, incitando a partilha de conteúdos, a colaboração, a comunicação e o desenvolvimento relacional entre utilizadores. Neste sentido, o intercâmbio de hospitalidade gratuita, suportado por redes de hospitalidade *online*, torna-se o objeto de estudo da dissertação vigente, focando o caso prático a estudar no *CouchSurfing* praticado na cidade do Porto.

A presente dissertação terá tido como principal objetivo a resposta à seguinte pergunta de partida: «Quais os efeitos do processo de intercâmbio de hospitalidade gratuita nos jovens, nomeadamente nas suas perspetivas em relação à prática da viagem e do contacto intercultural?». A partir de um completo enquadramento teórico – resultante de uma profunda revisão de literatura – composto pela integração e associação da plataforma, rede social e comunidade *CouchSurfing* a conceitos e temas como a globalização e a sociedade em rede, redes sociais *online*, interação *online/offline* e confiança *online*, emergência das redes de intercâmbio de hospitalidade e *sharing economy*, abre-se caminho para a execução e alcance dos objetivos propostos. Através de uma metodologia de base qualitativa e indutiva, ter-se-á procurado responder à questão supramencionada, a par da perceção das práticas dos *couchsurfers* na cidade do Porto e de uma breve comparação entre um serviço de intercâmbio de hospitalidade gratuita (*CouchSurfing*) e de um serviço de intercâmbio de hospitalidade remunerado (*Airbnb*). A estratégia metodológica utilizada terá passado por uma análise de conteúdo *online*, 13 entrevistas e observação participante.

Ter-se-á verificado a existência de um elevado nível de atividade concernente o *CouchSurfing* na cidade do Porto, estando a ela intrínseca uma relação *host/surfer* de natureza íntima e pessoal, resultante da comunicação criada aquando da partilha espacial e temporal imposta pela prática em questão. É necessário, ao seu funcionamento, o estabelecimento de um alto nível de confiança entre os membros da comunidade, efetivado devido à existência de um sistema de referências presente no perfil de cada utilizador. O intercâmbio de hospitalidade, nomeadamente o *CouchSurfing*, tem-se mostrado essencial nas transformações que a prática da viagem tem experienciado, estando as viagens *low cost* e as viagens a solo em emergência. Capacidades como a confiança e a tolerância são constantemente praticadas e desenvolvidas pelo *couchsurfer*, fazendo desta forma jus ao conceito de promotor de paz que lhe é associado. A maior diferença encontrada entre o *CouchSurfing* e o *Airbnb*, para além do fator remunerativo que ao último está associado, terá sido o tipo de relacionamento estabelecido entre hóspede e anfitrião.

**PALAVRAS-CHAVE:** *CouchSurfing*; Intercâmbio de hospitalidade; *Airbnb*; Redes sociais *online*; confiança *online*; Globalização; *Sharing economy*

## **ABSTRACT**

Over the past few decades, the media have undergone vast changes due to accelerated technological developments, resulting in a profound transformation of the nature of human relationships. The evolution of online platforms, especially online social networks, has contributed in this sense, encouraging content sharing, collaboration, communication and the building of relationships among users. From this perspective, the free exchange of hospitality, supported by online hospitality networks, has become the object of study of the current dissertation, focusing on CouchSurfing and how it is used in the city of Porto.

The main purpose of this dissertation is to answer the following key question: «What are the effects of free hospitality exchange on young people, and in particular, its influences on patterns of travel and intercultural contact?». Based on a complete theoretical framework – consisting of the integration and association of the CouchSurfing platform, online social network and community to concepts and topics such as globalization and network society, online social networks, online/offline interaction and online trust, the emergence of hospitality exchange networks and the sharing economy –, the way to the implementation and achievement of the proposed objectives is opened. Through a qualitative and inductive methodology, an attempt was made to answer the aforementioned question, along with an understanding of the practices of couchsurfers in the city of Porto and a brief comparison between a free hospitality exchange service (CouchSurfing) and a paid hospitality exchange service (Airbnb). The methodological strategy used will have undergone an analysis of online content, 13 interviews and a brief ethnographic observation.

A high level of CouchSurfing activity has been registered in the city of Porto. The host/surfer relationship of an intimate and personal nature is intrinsic to the experience, resulting from the communication established while necessarily sharing time and space. A high level of trust between the members of the community is built up from a system of references in the profile of each user. Hospitality exchange, including CouchSurfing, has played a fundamental role in the transformation that practices in travel have undergone over the last decade, which has been characterised by a dramatic increase in low cost and solo travelling. Trust and tolerance rank high among the principles of the couchsurfer, implying that they are living up to the concept spirit of cross-cultural understanding often associated with them. The biggest difference revealed between CouchSurfing and Airbnb, apart from the remunerative factor associated with the latter, is the kind of relationship established between host and guest.

**KEY-WORDS:** CouchSurfing; Hospitality exchange; Airbnb; Online Social Networks; Online trust; Globalization; Sharing Economy



## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	III
RESUMO .....	IV
ÍNDICE .....	VII
GLOSSÁRIO DE SIGLAS .....	VIII
ÍNDICE DE QUADROS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
CAPÍTULO I INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO II O <i>COUCHSURFING</i> NO CONTEXTO DA EMERGÊNCIA DO INTERCÂMBIO DE HOSPITALIDADE.....	5
2.1. A globalização e a sociedade em rede .....	5
2.1.1. Redes sociais <i>online</i> .....	6
2.2. A confiança <i>online</i> .....	8
2.2.1. A passagem do <i>online</i> para o <i>offline</i> .....	9
2.3. Uma rede de intercâmbio de hospitalidade em crescimento .....	9
2.4. O que é o <i>CouchSurfing</i> ? .....	11
2.4.1. Como funciona a plataforma? .....	12
2.4.1.1. O <i>couchsurfer</i> .....	14
2.4.1.2. Porquê o <i>CouchSurfing</i> ?.....	16
2.5. O <i>CouchSurfing</i> como objeto da <i>sharing economy</i> .....	17
CAPÍTULO III ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS.....	21
3.1. Pergunta de partida, objetivos, problemática e desafios.....	21
3.2. Uma estratégia qualitativa e indutiva .....	22
3.2.1. Análise do conteúdo <i>online</i> .....	23
3.2.2. Entrevistas .....	23
3.2.3. Observação participante .....	24
CAPÍTULO IV DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	25
4.1. O <i>CouchSurfing</i> na cidade do Porto – Práticas do <i>CouchSurfing</i> .....	25
4.1.1. O tipo de viajante entrevistado.....	25
4.1.2. A comunicação antes, durante e depois da estadia.....	26
4.1.3. Confiança e sistema de referências .....	29
4.2. O jovem <i>couchsurfer</i> e o Mundo – A viagem e o contacto intercultural .....	31
4.2.1. A Globalização e o <i>CouchSurfing</i> .....	31
4.2.2. O conceito de hospitalidade .....	32
4.2.3. O que traz de novo o <i>CouchSurfing</i> ? .....	33
4.2.3.1. À prática da viagem .....	33
4.2.3.2. Às perspetivas culturais e ao contacto intercultural .....	34
4.2.3.3. Às perspetivas e visões sobre o Mundo .....	36

4.3. Couchsurfing vs. Airbnb .....	37
CAPÍTULO V CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÕES .....	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45
ANEXOS.....	49
ANEXO A – Tabela – Resumo dos <i>hosts</i> ( <i>CouchSurfing</i> ) entrevistados .....	49
ANEXO B – Tabela – Resumo dos <i>surfers</i> entrevistados.....	50
ANEXO C – Tabela – Resumo dos entrevistados – <i>Airbnb</i> .....	51
ANEXO D – Mensagem modelo enviada aos <i>hosts</i> do <i>CouchSurfing</i> .....	52
ANEXO E – Guião da entrevista aos <i>hosts</i> do <i>CouchSurfing</i> .....	53
ANEXO F – Guião da entrevista aos <i>Surfers</i> .....	55
ANEXO G – Mensagem modelo enviada aos <i>hosts</i> do <i>Airbnb</i> .....	57
ANEXO H – Guião da entrevista aos <i>hosts</i> do <i>Airbnb</i> .....	58
CURRICULUM VITAE .....	59

## GLOSSÁRIO DE SIGLAS

CIES-IUL: Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL

EUA: Estados Unidos da América

RCAAP: Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal

TIC: Tecnologias da Informação e da Comunicação

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 4.1: comparação do contexto geral do *CouchSurfing* em diversas cidades europeias.....25

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1: contextualização da problemática.....22

## CAPÍTULO I INTRODUÇÃO

“Terceiro artigo definitivo para a Paz Perpétua:  
«O direito cosmopolita deve limitar-se às condições da hospitalidade universal.»<sup>1</sup>  
(Kant, 1795)

A evolução tecnológica vivenciada nas mais recentes décadas, nomeadamente a das tecnologias da informação e da comunicação, a par dos progressos da *World Wide Web*, tem incitado o desenvolvimento de plataformas *online* com o intuito de partilha, colaboração e comunicação entre utilizadores. Neste sentido, os formatos em que se processa a comunicação interpessoal entre seres humanos, assim como as suas dinâmicas relacionais, estão, inevitavelmente, a sofrer profundas transformações. As redes de hospitalidade *online* são, atualmente, um fenómeno em crescimento que acresce aceleradamente o seu número de utilizadores, levando a que o intercâmbio de hospitalidade se torne uma possibilidade de alojamento cada vez mais viável e apreciada por viajantes e turistas (Liu, 2012). Trata-se esta de uma alternativa ao alojamento tradicional, cujo conceito passa pela procura de um anfitrião local disposto a ceder um espaço da sua habitação ao hóspede. O *Couchsurfing.com* é, dentro do seu género – intercâmbio de hospitalidade gratuita –, a plataforma com maior número de membros ativos associados (Schopf, 2014). O *CouchSurfing* é, assim, uma rede social *online* que reúne um elevado número de pessoas provenientes de inúmeras partes do planeta, prontas a receber viajantes em sua casa gratuitamente. O âmbito do conceito vai de encontro imediato à filosofia de Immanuel Kant (1795) que terá afirmado, no séc. XVIII, que um dos artigos definitivos para a instalação da paz perpétua passaria pela hospitalidade universal. É neste seguimento que os membros da comunidade do *CouchSurfing* são encarados, frequentemente, como embaixadores da paz.

Pretende-se, na presente dissertação, aprofundar e relacionar conceitos como *globalização* e *sociedade em rede*, passando pela contextualização de temas como as redes sociais *online*, a confiança *online* e a *sharing economy* (conceito económico, contemporâneo às tendências do novo século, cuja ideia base é a emergente importância dada à experiência e à informação, traduzida pela convicção de que a posse de algo deve ter a duração da sua necessidade). Com o aparecimento de novos modelos de alojamento e hospitalidade devido à emergência da internet, surge o intercâmbio de hospitalidade gratuita que poderá estar, ou não, a alterar padrões e perspectivas na prática da viagem, assim como no contacto intercultural dela resultante. Partindo do caso de estudo «O *CouchSurfing* na cidade do Porto», propõe-se esta pesquisa a compreender não só o funcionamento e natureza da plataforma e conceito na cidade do Porto, assim como o impacto desta nos comportamentos e expectativas dos jovens relativamente à viagem, ao contacto intercultural e ao mundo em geral, respondendo assim à pergunta de partida proposta: “*Quais os efeitos do processo de intercâmbio de hospitalidade gratuita nos jovens, nomeadamente nas suas perspectivas em relação à prática da viagem e do contacto intercultural?*”. Pretende-se também

---

<sup>1</sup> Tradução livre

realizar uma comparação entre duas formas diferentes de intercâmbio de hospitalidade: gratuita (*CouchSurfing*) e remunerada (*Airbnb*).

A presente dissertação, realizada no âmbito do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, será organizada – tendo em vista o alcance dos objetivos propostos de forma simples e clara – em cinco capítulos e dez subcapítulos, sendo o primeiro capítulo a presente Introdução. Tratar-se-á o segundo capítulo, dividido em cinco subcapítulos, de uma concetualização teórica dos temas supramencionados, com base numa profunda revisão de literatura sobre os mesmos. No terceiro capítulo, dividido em dois subcapítulos, será indicada a pergunta de partida da pesquisa, os seus objetivos, a sua problemática e os desafios que lhe estão associados, seguindo-se uma breve explicação da metodologia a utilizar – qualitativa e indutiva –, e da forma como será posta em prática – análise de conteúdo *online*, entrevistas e observação participante. A dissertação encaminhar-se-á para um quarto capítulo, dividido em três subcapítulos, em que serão discutidos os resultados obtidos associados às práticas dos utilizadores do *CouchSurfing* e à forma como este terá alterado as suas perspetivas relativamente à viagem, ao contacto intercultural e ao Mundo, terminando com uma breve comparação entre o *CouchSurfing* e o *Airbnb*. A dissertação culminará num quinto capítulo composto pelas considerações finais e conclusões resultantes de toda a pesquisa.

Sendo a cultura da viagem e do conhecimento, a par da cultura da tecnologia e da internet, cada vez mais tendencial, surge este tema como extremamente atual e oportuno e, conseqüentemente, de interesse ao público em geral. Acrescenta-se ainda à pertinência do assunto o facto de se verificar uma enorme ausência de instrumentos avaliativos, assim como de investigações científicas, sobre o mesmo, especialmente em Portugal. Apesar de serem muitos os estudos efetuados sobre redes sociais *online* – foram encontrados 103 no RCAAP sob a pesquisa «redes sociais *online*», por exemplo –, são praticamente inexistentes aqueles sobre o intercâmbio de hospitalidade com base na internet, inclusivamente sobre a rede social *online Couchsurfing.com* – no mesmo repositório surge apenas um, da autoria de Dennis Zuev que, não sendo um investigador português, pertence ao corpo de investigação do CIES-IUL. São inexistentes as pesquisas referentes à prática do *CouchSurfing* em Portugal – esta é referida, apenas, na introdução da compilação de artigos sobre a prática: *CouchSurfing Cosmopolitanisms: can Tourism make a Better World*, editado por Picard e Buchberger (2013) –, e muito poucas as relativas ao *Airbnb* neste país – Brochado, Trolio e Shah (2017) terão elaborado um artigo comparativo das preferências, hábitos e cultura no *Airbnb* entre Portugal, os EUA e a Índia. Perante esta falha de contextualização e conceptualização da cultura de hospitalidade portuguesa, nomeadamente do intercâmbio de hospitalidade gratuita (e remunerada), será esta a primeira pesquisa com base em dados empíricos sobre o tema, em Portugal de autoria portuguesa. Ainda, grande parte dos estudos sobre *CouchSurfing* são referentes à primeira fase da organização, em que não existiam fins lucrativos, sendo poucos aqueles que abordam as conseqüências desta

mudança, em 2011, inclusivamente as dificuldades da plataforma em manter os seus utilizadores que, desagradados com a situação, terão tido o ímpeto de deixar esta e passar a utilizar outras, particularmente o *Airbnb* (Baker, 2011). Terá sido selecionada a plataforma *Couchsurfing.com* para caso de estudo, não só pelo seu enorme sucesso e representatividade dentro do tema, mas também pela integração da autora na própria comunidade, favorecendo assim de uma maior compreensão do seu conceito e funcionamento e, conseqüentemente, de uma maior clareza aquando da sua análise.



## CAPÍTULO II O *COUCHSURFING* NO CONTEXTO DA EMERGÊNCIA DO INTERCÂMBIO DE HOSPITALIDADE

### 2.1. A GLOBALIZAÇÃO E A SOCIEDADE EM REDE

Várias – e variadas – foram as palavras utilizadas ao longo das últimas décadas para definir o termo *globalização*. Trata-se de um processo que joga essencialmente em quatro frentes – cultural, económica, social e política – e que se rege pelo objetivo de fazer com que estas se tornem mundialmente unificadas, transformando-as um pouco, todos os dias. Neste sentido, forças transnacionais trabalham em prol de uma economia, política e cultura unidas, ignorando barreiras fronteiriças numa tentativa de integrar o mundo entrelaçando propósitos, ideais, práticas e valores.

Na introdução do artigo intitulado *At the Edge of the World: Boundaries, Territoriality, and Sovereignty in Africa*, Achille Mbembe compara a globalização ao conceito de Gigante, de Heidegger (1889-1976), filósofo alemão do século XX. Este trata, em suma, da qualificação do quantificável, transformando-o assim em inquantificável. Reflete-se em ações que levam “à dominância do planeta pelo mundo”<sup>2</sup> (Dahlstrom, 2013: 83), tendo como características semelhantes à globalização, segundo Mbembe, a sensação de redução da distância através, por exemplo, da representação do dia-a-dia de um local do mundo, noutra completamente diferente. Outro conceito de especial importância neste contexto será o de *aldeia-global*, um termo cada vez mais utilizado nos dias de hoje, consequente da globalização, associado ao sociólogo Marshal McLuhan e à sua bibliografia dos anos 60 do século XX – “A nova interdependência eletrónica recria o mundo à imagem de uma aldeia global” (McLuhan, 1962: 36). À semelhança do *Gigante* de Heidegger, a *aldeia-global* caracteriza-se pelo encurtamento de distâncias através da criação de uma enorme malha de conexões que leva à sociedade em rede – “sociedade onde a estrutura social chave e as atividades estão organizadas em torno de uma rede de informação processada eletronicamente”<sup>3</sup> (Castells, 2008) – em que vivemos atualmente. A emergência da internet, que rapidamente se transforma no “mercado da informação e do conhecimento” (Lévi, 1992 apud Figueiredo, 2008: 16), estabelece-se como uma componente fulcral na evolução da sociedade em rede, essencialmente devido ao seu âmbito interativo e intercriativo – à partida, ao utilizar a internet o indivíduo não estará apenas a consumir informação, mas também a emití-la, tornando-se parte da sociedade em rede, caracterizada por altos níveis de interdependência e fluidez. Suprime-se assim a ideia de restrição ao espaço físico em que vivemos, fazendo com que se transcendam as barreiras espaciais e temporais previamente impostas, agora ultrapassáveis graças à tecnologia cada vez mais eminente.

A comunicação é uma forte componente do processo de globalização, dado que, para além de se tornar extremamente difícil fazer chegar algo a alguém sem a comunicação, esta é imensamente útil na difusão de culturas, economias e políticas. Começando pela etimologia da palavra, comunicação advém

---

<sup>2</sup> Tradução livre

<sup>3</sup> Tradução livre

do latim *communicare* que tem como significado “partilhar, participar algo, tornar comum”<sup>4</sup>. Posto isto, comunicação trata-se de um fenómeno que se processa entre animais (racionais ou irracionais) aquando da partilha de qualquer tipo de informação entre si. Para que exista comunicação, o emissor tem a função de transformar esta informação numa mensagem e emití-la de forma a que o recetor a capte e compreenda. É através da comunicação que o indivíduo tem a possibilidade de receber e, posteriormente, partilhar conhecimento, assim como factos e notícias sobre o que o rodeia. A comunicação torna-se, desta forma, essencial à vida de qualquer animal, nomeadamente dos seres humanos. Consequentemente, torna-se imprescindível à vida em sociedade – é a comunicação que torna o Homem um ser sociável. Destacam-se, então, duas necessidades à globalização: um instrumento de proliferação de comunicação (meio) e uma língua perceptível para uma melhor compreensão. É a tecnologia que facilita a ultrapassagem destas barreiras relativas à comunicação e, consequentemente, à globalização, criando uma linguagem comum a toda a população – o código binário – e um instrumento de comunicação alcançável a todo o mundo – a internet. Esta, considerada a maior força volante no sentido da criação de uma comunidade global unificada, torna-se transversal ao processo de globalização que disparou a uma velocidade supersónica.

### **2.1.1. Redes sociais *online***

Desde a sua proliferação, nos anos 90 do século XX, a *web* tem levado o indivíduo à descoberta da eficiência e praticidade, abrindo portas para milhares de novas formas de comunicação, interação e organização de práticas sociais. Sendo uma rede um conjunto de linhas que se unificam por elos de ligação, “não-linear, descentralizado, flexível, dinâmico, sem limites definidos e autoorganizável” (Tomaél, Alcará e Chiara, 2005: 94), poder-se-á definir uma rede social como um grupo de pessoas que se interligam entre si através de um interesse mútuo ou objetivo comum ou, nas palavras de Regina Marteleto (2001: 72), “um conjunto de participantes autónomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Atualmente, este paralelismo metafórico tem tido uma utilização crescente quer num sentido académico e analítico, quer num sentido corrente. Utilizado, como suprarreferido, para caracterizar a sociedade resultante de um processo de globalização emergente, cada vez mais o conceito de *rede social* se encontra presente na análise da forma como o ser humano se organiza atualmente: desde a sociedade em rede – a nível mundial –, à mais simples rede familiar. Segundo Anthony Giddens (1991), a socialização é intrínseca ao ser humano, sendo que é esta que medeia qualquer experiência que tenha.

Especifique-se, agora, um destes modos de socialização motivado pela emergência da internet: as redes sociais *online*. Referem-se a comunidades presentes na *World Wide Web* que têm como objetivo a partilha de informação e conteúdos, bem como a comunicação, entre os utilizadores. Estes podem

---

<sup>4</sup> Em: **Conceito de comunicação** [online] — in: Conceito.de. [consult. em 03/01/2017]. Disponível em: < <http://conceito.de/comunicacao> >

usufruir do serviço através da elaboração do seu próprio perfil (identidade pessoal), da construção da sua própria rede através da seleção de quem terá acesso à informação partilhada por si (identidade coletiva) e do acesso à informação partilhada pelos membros da sua rede (Boyd, 2007 *apud* Sepúlveda, 2016). Este conceito rapidamente ganhou entusiastas provenientes de todo o mundo, transformando-se assim numa nova forma de socialização, comunicação e interação. Em suma, o indivíduo tem aqui o seu próprio espaço onde, dependendo do conceito e limitações da rede, pode comunicar com outros e expor livremente o seu próprio conteúdo digital ou reexpor o de outrem, fazendo chegar, tanto um como o outro, a todos os utilizadores que, naquela rede, têm algum tipo de relação com ele, repetindo-se assim de utilizador para utilizador. Estes espaços têm-se multiplicado imensuravelmente desde o começo do presente milénio, colecionando adeptos a um nível planetário. Assim, a possibilidade de trocar ideias, conceitos e ideais culturais com pessoas do lado oposto do mundo é uma realidade presente em qualquer lugar abrangido pela internet, contribuindo em grande parte para a noção da transformação do planeta numa aldeia global. Paralelamente, torna-se cada vez mais fácil e instintivo ao ser humano social *online* acompanhar acontecimentos alheios à sua realidade pessoal, estejam estes relacionados com alguém próximo ou distante, de conotação positiva ou negativa, ou de nível nacional ou internacional. Poder-se-á afirmar, por exemplo, que uma pluralidade de situações problemáticas resolvidas com ajuda externa, nomeadamente debate público e conseqüente pressão pública, é existente. É recorrente, também, o aparecimento de identidades coletivas através de determinadas redes sociais devido à discussão de temas, interesses, objetivos e valores comuns entre utilizadores, e da conseqüente chegada a conclusões e soluções semelhantes (Molz, 2012).

Pode formular-se um paradoxo pertinente em forma de questão: *será que todos estes progressos no mundo da comunicação, devido essencialmente à emergência da internet, estão de facto a unir as pessoas? Ou estão a acabar por criar um aumento na separação e na alienação, afastando-as?* É possível que tenha repercussões tanto para um lado, como para o outro. Enquanto dando a conhecer ao mundo, de forma rápida e fácil, mais sobre o Universo a todos os níveis, a internet como meio de comunicação pode unir pessoas, grupos e sociedades completamente diferentes; pode também dividi-las através da criação de grupos dentro da própria *web*, repartidos exatamente por diferenças étnicas, ideológicas, políticas, geracionais, religiosas, económicas, entre muitas outras. Para além disso, a internet poderá ser, também, responsável pela condução do indivíduo à integração no mundo virtual, absorvendo-o por completo, levando-o a alienar-se do mundo e das relações reais – Internet Addiction Disorder (IAD). Neste sentido, Doheny-Farina menciona a virtualização do quotidiano como fenómeno resultante da interação do indivíduo com a sua rede de relações físicas, essencialmente através de comunicação mediada (Liu, 2012).

Jennie Molz (2012) aponta Ling (2008) e Chayko (2002) como defensores do lado otimista das tecnologias da internet, nomeadamente das redes sociais *online*. Ambos afirmam a desnecessidade de proximidade física para a criação de laços entre seres humanos, inclusivamente laços de solidariedade. A segunda autora faz ainda um paralelismo com a teoria da *força dos laços fracos*, de Granovetter

(1973), afirmando que apesar da existência de fraqueza por parte dos laços mediados, o seu conjunto abrange uma grande oferta de circunstâncias de coesão social. Molz (2012) apresenta ainda Bauman (2003) e Wittel (2001) como defensores antónimos dos anteriores, relativamente à mesma questão. Não afirmando que se caminha para a separação total da sociedade, acreditam que os laços sociais se estão a enfraquecer graças às novas TIC. O primeiro defende a brevidade e a superficialidade das relações sociais como consequência da interação móvel e à distancia, sendo que o segundo aponta para um consumismo crescente por parte da sociedade em rede que, por sua vez, começa a olhar para as conexões *online* como moeda de troca. Bauman afirma ainda, perante a teoria de Wittel, que a conceção de outros seres humanos como objetos destruirá, eventualmente, a solidariedade humana.

Segundo Manuel Castells (2014), o paralelismo existente entre a realidade e a virtualidade – conexão com pessoas reais mediada pelo computador – é um dos principais fatores de sucesso das redes sociais *online*. A possibilidade de criar uma rede *online* a partir das relações *offline*, e vice-versa, permite ao utilizador alargar o seu leque de afinidades. O *CouchSurfing*, rede social a ser analisada no presente estudo, é um exemplo do segundo caso: criação de relações *offline* a partir de ligações *online*, estando sempre presente a necessidade de um determinado nível de confiança.

## **2.2. A CONFIANÇA ONLINE**

Torna-se difícil definir um único foco do conceito em questão devido aos inúmeros estudos efetuados, essencialmente desde a década de 1950, sob diferentes perspetivas e em diferentes áreas (Corritore, Kracher e Wiedenbeck, 2003). No entanto, Bicchieri et al. (2004 *apud* Schor e Fitzmaurice, 2014: 17) definem confiança como “a predisposição à envolvimento em intercâmbios sociais que requerem uma determinada incerteza e vulnerabilidade sendo, contudo, potencialmente gratificantes”<sup>5</sup>. As relações sociais interpessoais são, no fundo, um jogo de confiança mútua, chegando a ser considerado por Putnam (1995) e por Misztal (1996) como capital social, podendo vir a sobrepor-se, segundo Creed e Miles (1996), ao preço e à autoridade (Corritore, Kracher e Wiedenbeck, 2003). A confiança é perdida a partir do momento em que as expectativas de coerência, continuidade e dependência são quebradas (Giddens, 1991).

Com a emergência da internet, propõe-se uma nova questão: a confiança em interações mediadas. Esta pode ser avaliada em dois sentidos: interação indivíduo-tecnologia, em que o objeto de confiança é a tecnologia, ou interação indivíduo-indivíduo, em que o objeto de confiança é outro indivíduo cuja comunicação é mediada pela tecnologia. Corritore, Kracher e Wiedenbeck (2003) apontam Reeves e Nass (1996) como estudiosos do primeiro caso, sendo a existência de relação entre o ser humano e a tecnologia, com características similares às relações sociais ditas reais, conclusiva das suas pesquisas. Características como a facilidade de navegação e pesquisa de um *website*, a sua boa apresentação, a qualidade do conteúdo, a quantidade de publicidade existente, a atualização e manutenção, entre outras, têm influência nos níveis de confiança depositados pelo utilizador. Já Olson

---

<sup>5</sup> Tradução livre

e Olson (2000) são indicados como investigadores do segundo sentido em que a confiança mediada é estudada: de indivíduo para com indivíduo, através da utilização da tecnologia como meio, tornando-se esta uma presença social à qual o utilizador responde (Corritore, Kracher e Wiedenbeck, 2003).

Importa referir os sistemas de reputação como o mais eficaz meio de avaliação de credibilidade de determinado *website* ou utilizador. Têm como objetivo fornecer-lhes ou retirar-lhes boa reputação, a partir de experiência passada, fornecendo assim, aos próximos possíveis utilizadores, informação, tendo em vista o apoio à decisão relativamente à confiança (ou não) a depositar no *website* ou utilizador em questão. A fiabilidade destes sistemas nem sempre é a melhor, tendo em conta a existência de situações como, por exemplo, a inflação da avaliação devido à influência da parte interessada sobre a parte a efetuar a avaliação, na avaliação de utilizador para utilizador (Wang e Nakao *apud* Schor e Fitzmaurice, 2014), assim como a reciprocidade negativa quase instintiva numa troca de avaliações. Estes mecanismos são utilizados maioritariamente em *websites* fornecedores de serviços, trocas comerciais e em que a interação *online* resultará num encontro *offline* – como por exemplo *Airbnb.com*, *Ebay.com* e *Couchsurfing.com*, respetivamente. A rede social *online* a ser estudada na presente dissertação – *Couchsurfing.com* – leva, pela sua natureza, à passagem de uma interação *online* para uma interação *offline*, sendo importantíssimo o sistema de reputação nela implementado, tornando-se a confiança na base do seu funcionamento – tema a ser tratado no ponto 2.4.1.1..

### **2.2.1. A passagem do *online* para o *offline***

Tem vindo a ser cada vez mais frequente a iniciação de relações sociais a partir da *web*, dada a crescente utilização desta como instrumento de comunicação. As interações *online* tomam, por norma, proporções características da internet, como a intangibilidade, o abstracionismo e a sensação de irrealidade, incompatíveis com a noção tradicional de uma relação social (Liu, 2012). Assim sendo, este tipo de relação – que não implica a partilha de um espaço físico entre os indivíduos a si vinculados – ultrapassa, muitas vezes, esta natureza abstrata, transformando-se em inter-relações físicas *offline*. Algumas redes sociais *online* são criadas, inclusivamente, com esse propósito – o *Tinder*, por exemplo. Nestes casos, ao criar uma conta, o utilizador fá-lo já tendo em consideração o propósito de conhecer outro pessoalmente, utilizando o perfil pessoal como meio de transmissão da informação que pretende dar a conhecer (Boyd, 2010).

O *CouchSurfing*, rede social em estudo, abriga um pouco das duas realidades: tendo como objetivo imediato a procura de alojamento na visita de um qualquer destino do mundo em casa de residentes locais, o primeiro contacto é feito *online* entre dois membros da comunidade, à partida, completamente desconhecidos, tendo naturalmente em vista um encontro físico, a posteriori.

### **2.3. UMA REDE DE INTERCÂMBIO DE HOSPITALIDADE EM CRESCIMENTO**

De uma forma geral, a *hospitalidade* pode ser definida como o conjunto de ações que englobam o acolhimento, o cuidado e o albergue de alguém proveniente de um ambiente diferente. Geram-se, a partir deste, dois outros conceitos: *anfitrião* – aquele que recebe – e *hóspede* – aquele que é recebido. De parte

ficará a referência ao negócio gerado a partir deste conceito – indústria hoteleira – dado o seu baixo nível de importância para o presente estudo. Perante esta definição, o intercâmbio de hospitalidade (*hospitality exchange*) trata-se de uma forma de alojamento alternativa às tradicionais – hotéis, pousadas e *hostels*, por exemplo – cuja ideia se traduz na procura de um anfitrião local disposto a receber o hóspede em sua casa podendo, ou não, apresentar-lhe a zona a visitar. A forma mais prática e, portanto, mais comum de desenvolver esta noção é através de redes de intercâmbio de hospitalidade *online*, que “embora não estejam restritos a, aparecem por norma na forma de *websites* que estabelecem uma rede global de centenas e milhares de utilizadores que viajam para lugares estrangeiros enquanto residem em casas privadas (...) de outros utilizadores da rede”<sup>6</sup> (Bialsky, 2007: 84). Estas estadias podem implicar um pagamento monetário – caso do *Airbnb.com* –, ajuda no local de alojamento – caso do *WorkAway.com* –, intercâmbio de acomodação (troca de casas por determinado período de tempo) – caso do *Guestoguest.com* –, ou podem simplesmente ser gratuitas – caso do *Couchsurfing.com*. Assim, apesar do principal propósito destas redes ser sempre o mesmo – fornecer alojamento a quem viaja, numa propriedade privada de um residente local –, a sua natureza, que difere de uma rede para outra, fará com que a relação criada entre anfitrião e hóspede varie, assim como o tipo de utilizador. Para integrar estas comunidades *online* basta, por norma, criar um perfil, preenchendo-o com informações pessoais respetivas a interesses, estilo de vida, experiências, etc., podendo complementá-lo com fotografias suas, do espaço que tem para oferecer (se for o caso), ou das suas viagens. Sendo a veracidade do conteúdo exposto nos perfis de outros utilizadores uma das maiores preocupações de quem utiliza estas redes como meio para procurar ou fornecer alojamento, muitas utilizam um sistema de reputação, cujo funcionamento se baseia na troca de referências por parte de anfitriões e hóspedes que contêm, geralmente, um comentário (*feedback*) sobre o tempo partilhado.

Na procura da origem do conceito de hospitalidade, é possível recuar aos tempos remotos da invenção da roda e, conseqüentemente, da carroça, em que os viajantes clamavam alojamento porta-a-porta nas suas longas viagens. Porém, o intercâmbio de hospitalidade organizado surgiu muitos séculos mais tarde, em 1949, com a conceção da organização *Servas International*. Autodefine-se como uma “federação internacional não lucrativa, não governamental de grupos de serviço nacionais, que engloba uma rede internacional de anfitriões e viajantes”<sup>7</sup> (<http://www.servas.org/>, recuperado em 12/01/2017). Ao contrário do sistema *online* utilizado atualmente com mais frequência, o *Servas* funciona através de um diretório impresso ao qual é possível aceder na procura de um anfitrião. O seu propósito é a compreensão intercultural na procura da paz mundial. Vários foram os que lhe seguiram a ideia que, com a emergência da internet e o facilitismo e praticidade que esta trouxe ao conceito, ganhou incontáveis adeptos. Trata-se, habitualmente, de indivíduos com mente e espírito abertos, com prazer em viajar e conhecer e contactar com culturas e pessoas provenientes de partes díspares do mundo, cujas histórias e origens são diferentes. Procuram, nas suas viagens, uma experiência autêntica do país onde

---

<sup>6</sup> Tradução livre

<sup>7</sup> Tradução livre

estão, aproximada do quotidiano local e são, muitas vezes, apologistas da ideia da promoção da paz por meio do contacto intercultural (Stern, 2009).

Remetendo especificamente para o intercâmbio de hospitalidade gratuita, cujo contacto entre o hóspede e o anfitrião é inevitável – dado que o primeiro alojar-se-á em casa do segundo estando este presente – a experiência do viajante será, à partida, completamente imprevisível, sendo que dependerá da interação com o anfitrião, deixando assim de depender, à dissemelhança das formas tradicionais do turismo, da indústria turística (Bialsky, 2007). O desenvolvimento pessoal através do contacto intercultural é, sem dúvida, uma das consequências mais procuradas e apreciadas do intercâmbio de hospitalidade, assim como a rapidez com que as relações são incitadas a construir-se, devido essencialmente ao curto espaço de tempo que o contacto entre as partes dura. Este sistema poderá funcionar como “um ato social contra a cultura mediada do medo de estranhos e contra a comercialização da vida social”, assim como uma forma de resistência a uma “sensação global de xenofobia”<sup>8</sup> (Zuev, 2012: 230). O indivíduo que aposta nesta forma de alojamento não considera o tempo de duração de uma relação como indicador de força da mesma, apostando mais, para tal, na intensidade e na qualidade com que esta foi vivida (Bialsky, 2007). Ideais como a tolerância, a compreensão e a confiança no próximo são altamente incentivados por este sistema revelando-se, normalmente, extremamente gratificantes. Stern (2009) refere um duplo benefício advindo deste tipo de experiência: a intensidade, autenticidade e sensação de aventura vivida pelo hóspede, e o aumento do seu leque de conhecimentos sobre o mundo, assim como a sensação de solidariedade para com o outro, por parte do anfitrião.

#### **2.4. O QUE É O COUCHSURFING?**

*Couchsurfing.com* é um *website*, gerido pela organização *CouchSurfing International Inc.*, que agrega toda uma comunidade *online* que tem pelo menos um prazer em comum: o contacto intercultural. Trata-se de uma rede social que tem como principal objetivo o intercâmbio de hospitalidade gratuita entre utilizadores e, como principais valores a partilha, a conexão, a bondade, a curiosidade e a construção de um mundo melhor: “Acreditamos num mundo onde todos possam explorar e criar conexões significativas com pessoas e locais que encontram. Criar conexões significativas através de cruzamentos culturais possibilita-nos responder à diversidade com curiosidade, apreço e respeito. O apreço pela diversidade propaga tolerância e cria uma comunidade global”<sup>9</sup> (<http://www.couchsurfing.com>, recuperado em 14/01/2017). Segundo o *website*, esta rede compreende cerca de 10 milhões de utilizadores provenientes de mais de 200 000 cidades. Zuev descreve-a de forma extremamente sucinta e certa: “uma rede de hospitalidade mediada pelo computador, que permite às pessoas hospedarem-se gratuitamente nas suas casas privadas”<sup>10</sup> (Zuev, 2012: 227). Figueiredo (2008) e Lauterbach et al.

---

<sup>8</sup> Tradução livre

<sup>9</sup> Tradução livre

<sup>10</sup> Tradução livre

(2009) acrescentam ainda, nas suas descrições da rede, o facto da internet ser o veículo de comunicação utilizado pela rede e a sua intenção de criar conexões entre viajantes e comunidades locais.

A ideia surgiu a Casey Fenton em 1999 quando, em abril desse ano, comprou uma viagem à Islândia e, na falta de alojamento e vontade de ficar num hotel ou hostel, decidiu enviar um *email* a mais de 1500 estudantes de Reiquejavique solicitando, literalmente, um sofá para dormir. Para além de bastantes respostas positivas, obteve ainda muitas ofertas de visitas guiadas pela cidade e, no regresso a casa, tomou a decisão de criar um *website* que perspetivasse a prática do que tinha acabado de experienciar (Fenton, n.d.). Registou a ideia ainda em junho do mesmo ano e, em 2003, lançou uma primeira versão do *website* lançando, um ano mais tarde, a versão oficial (Stern, 2009). Juntou-se a Daniel Hoffer, Sebastien Le Tuan e Leonardo Bassani da Silveira, cofundadores da organização – na altura sem fins lucrativos – e, consequentemente, do *website* (<http://www.couchsurfing.com/> , recuperado em 14/01/17). Devido a problemas com a base de dados, em 2006, Fenton acreditou que o seu projeto estava perdido (Fenton, 2008 *apud* Figueiredo, 2008). Foi com a ajuda dos utilizadores, que se recusaram a aceitar o fim do *website*, que a equipa o conseguiu recuperar (Stern,2009), levando à alteração da sua missão de “mostrar que o mundo é mais pequeno do que pensamos” para “mudar o mundo, um sofá de cada vez” (Fenton, 2008 *apud* Figueiredo, 2008: 20). Até ao ano de 2011, a organização subsistia graças a grupos de utilizadores voluntários que se juntavam em coletividades pontuais (*CouchSurfing Collectives*) que duravam entre alguns dias a várias semanas, tendo em vista o melhoramento e desenvolvimento do *website* (Bialsky, 2007). Em 2011, a organização passou a ter características comerciais (fins lucrativos), deixando assim de funcionar à base das coletividades, algo que levou ao desagrado de muitos utilizadores devido ao receio de uma mudança de valores do conceito. No entanto, esta é atualmente a plataforma mais bem-sucedida do mundo, no âmbito da viagem, do contacto intercultural e do intercâmbio de hospitalidade gratuita (Burns, 2014).

#### **2.4.1. Como funciona a plataforma?**

O primeiro passo para integrar esta rede social é entrar no *website* fornecendo um endereço de *email*. Segue-se a criação de um perfil individual em que o utilizador se apresenta, indicando alguns dados e informações pessoais, o porquê de se ter juntado à rede, alguns interesses, viagens efetuadas e países em que já viveu. O perfil pode, e deve, conter algumas fotografias, assim como algumas informações sobre a sua casa – número máximo de hóspedes que poderá receber; a disposição, ou não, de receber crianças e animais; a existência, ou não, de crianças e animais em casa; uma descrição do espaço disponível para os hóspedes; as acessibilidades existentes (transportes públicos, por exemplo); entre outros – caso o utilizador esteja disposto a receber *surfers* (termo oficial utilizado para os hóspedes através do *couchsurfing.com*). Existe ainda uma secção do perfil destinada às preferências geográficas do utilizador, quer na sua própria cidade, quer no resto do mundo. A lista de ligações do utilizador na rede (amigos) está também disponível. A ideia do perfil é transmitir essência e segurança aos restantes utilizadores, de modo a que problemas como a falta de confiança sejam inexistentes. Existem quatro

possibilidades de modo de existência no *Couchsurfing.com*: aceitando hóspedes; aceitando, talvez, hóspedes; não aceitando hóspedes; querendo encontrar-se.

Uma vez criado o perfil, o utilizador estará pronto para pôr em prática a finalidade do *website*: procurar um anfitrião disposto a recebê-lo em sua casa, ou aceitar um hóspede que procure um sítio para ficar na sua cidade. No topo da página encontra-se uma barra de procura onde o utilizador pode escrever a cidade para onde se vai deslocar (ou se encontra), assim como aquilo que pretende encontrar: um anfitrião, um membro, um viajante, eventos, grupos ou conselhos sobre o local. Para questionar um anfitrião sobre a possibilidade de poder alojar-se na sua casa, o utilizador terá que lhe enviar uma mensagem indicando as datas em que pretende ficar e descrevendo, por norma, o que pretende da sua estadia naquele local. Espera, depois, uma resposta – que poderá ser positiva ou negativa. Uma vez encontrado um anfitrião disposto a recebê-lo, cabe a ambos manter o contacto virtual até ao seu encontro físico que será, provavelmente, na cidade a visitar pelo hóspede. O *Couchsurfing.com* apresenta ainda outras funcionalidades como os grupos e os eventos. Estas têm em vista encontros *offline* entre visitantes e/ou habitantes locais de uma cidade tendo, por norma, uma temática – um jantar vegetariano ou uma saída à noite, por exemplo. Assim juntar-se-ão utilizadores do *website* com interesses em comum, criando “um sentido de coletividade e de identificação entre os participantes, fortalecendo a ideia de pertença em relação ao projeto” (Stern, 2009: 22). Na maior parte das cidades existem eventos semanais ou mensais, nos quais alguns elementos são recorrentes, criando-se autênticas sub-comunidades de *couchsurfers*. Também um encontro (*meet up*) entre dois utilizadores é possível, funcionando através da troca de mensagens para o propor e acordar os pormenores.

Sendo o propósito do projeto a criação de um mundo melhor, o *CouchSurfing* vê os membros da comunidade como embaixadores e difusores da paz. Neste sentido, existe mesmo a oficialização deste cargo (embaixador), através do *website*. Estes traduzem-se por indivíduos que “exemplificam os valores fundamentais [da organização] na forma como vivem e partilham a sua vida (...) respirando e vivendo *CouchSurfing*” (<http://www.couchsurfing.com/>, recuperado em 14/01/17). São pessoas que se juntam para discutir todo o tipo de questões relativas ao projeto, quer entre elas, quer com a equipa de trabalho da empresa. São, no fundo, a voz da comunidade, fazendo a ponte entre esta e a organização. Qualquer membro pode auto propor-se ou propor outro a embaixador.

Como referido previamente, o conceito do *CouchSurfing* engloba a passagem de uma relação *online* para uma relação *offline*, ou seja, a passagem do virtual para o pessoal. Este é o principal fator que faz com que a confiança seja a base do seu funcionamento. Naturalmente, o encontro com alguém desconhecido, num local desconhecido, ou não, pode provocar em qualquer pessoa uma sensação de desconforto, receio, ou até medo. Assim, funciona no *CouchSurfing* um sistema de referências de utilizador para utilizador, disponível publicamente no perfil de cada um. Após uma experiência entre utilizadores, seja como *host*, *surfer* ou pessoal (entre membros que se encontraram através do *CouchSurfing.com*), o *couchsurfer* tem o dever de, dentro de duas semanas (após este tempo passa automaticamente para as referências pessoais), deixar uma breve descrição do tempo partilhado,

avaliando-o como positivo, negativo ou neutro. É este sistema que leva, muitas vezes, ao descanso do membro seguinte a interagir com o utilizador relativamente ao nível de confiança que nele pode ter, tornando-se assim essencial. Uma experiência positiva é, também, um contributo para o aumento de confiança no *CouchSurfing* como sistema, assim como uma boa apresentação no perfil (Liu, 2012). O *website* permite também uma verificação de identidade através do pagamento de uma contribuição para a organização por cartão de crédito, confirmando assim o nome e a localização do utilizador. É indicada, ainda, pelo próprio *website*, uma lista de cuidados básicos de segurança a ter – ler atentamente os perfis e as referências; confiar nos seus instintos; ter sempre um segundo plano; estar informado/a sobre a cultura do país para onde se pretende viajar; comunicar por meio do *website* ou da aplicação, sem indicar outros contactos pessoais; manter-se dentro dos seus limites; e deixar referências, inclusivamente se forem negativas.

#### **2.4.1.1. O couchsurfer**

Existem traços de personalidade característicos comuns àqueles que aderem ao *CouchSurfing*. É tendencial, ao indivíduo que nunca usufruiu deste sistema, duvidar da sua exequibilidade, sendo elevado o nível de ceticismo relativamente à generosidade que engloba o ato de alojar alguém sem receber nada em troca. Para além disso, não será, naturalmente, qualquer pessoa que estará disposta a entrar e pernoitar em casa de um estranho, assim como a deixar um estranho entrar e pernoitar em sua casa. Esta pré-disposição requer uma preparação, quer a nível físico, quer a nível mental (Liu, 2012). Quem é, então, o *couchsurfer*?

O *website* define a rede como “uma comunidade global de 10 milhões de pessoas, em mais de 200 000 cidades, que partilham a sua vida, o seu mundo e a sua jornada”, e afirma ainda que o projeto “liga viajantes com uma rede global de pessoas dispostas a partilhar de forma profunda e significativa, fazendo da prática da viagem uma verdadeira experiência social”<sup>11</sup> (<http://couchsurfing.com/> , recuperado em 16/01/2017). O *couchsurfer* tende a ser flexível, sociável e de mente aberta, travando gosto pela compreensão, conhecimento e aventura (Figueiredo, 2008). A curiosidade relativa a novas culturas e experiências, assim como a “disposição para criar ligações e o desejo de pertença a uma sociedade global”<sup>12</sup> (Liu, 2012: 64) são sensações constantes na vida do membro desta rede social. A sensação de comunidade é altamente incentivada pelo projeto e algo muito valorizado pelos seus membros, sendo a partilha um dos principais valores inerentes à visão do *CouchSurfing*. O *couchsurfer* procura, nas suas viagens, experiências que concernem não só o *host* que o acolher, mas também os ritmos e a energia do local, representantes da sua cultura (Zuev, 2012), encontrando assim o sentido de comunidade previamente referido. A forma como a sua integração na rede é considerada e aproveitada varia de membro para membro: enquanto uns olharão para o *CouchSurfing* como uma oportunidade para visitar novos locais a baixo custo, outros poderão vê-lo como uma boa forma de criar ligações interculturais, podendo ainda alguns fazer deste um modo de vida (Bialsky, 2007). Nesta perspetiva, o

---

<sup>11</sup> Tradução livre

<sup>12</sup> Tradução livre

*couchsurfer* olha para a experiência da viagem de forma individual permitindo, no entanto, que os valores comunitários do projeto influenciem a forma como a vivem, “criando uma imagem coletiva dos *couchsurfers*”<sup>13</sup> (Liu, 2012: 64). Existem, contudo, diferenças consideráveis entre os comportamentos a ter por parte do *host* e do *surfer*, tanto individualmente, como na forma de agir de um para com o outro. Sendo o *host*, para o surfer, uma “representação autêntica do estilo de vida e cultura forasteiros”<sup>14</sup> (Zuev, 2012: 236) do local onde se encontra, o contacto entre ambos torna-se uma grande atração para o viajante. Apesar de *fazer couchsurfing* poder tratar-se apenas de oferecer alojamento/alocar-se a um/em casa de um desconhecido, este conceito engloba, por norma, todo um conjunto de atividades como visitas turísticas guiadas pelo *host*, intercâmbio de conhecimentos e hábitos culturais, partilhas gastronómicas, entre outros (Liu, 2012). Contrariamente ao que acontece na indústria hoteleira, através do *CouchSurfing* o viajante encontra uma receptividade caracterizada pela intimidade, privacidade e exclusividade por parte do anfitrião que o recebe, criando-se assim uma “relação social e não comercial” (Stern, 2009: 13). A receção e consequente contacto com um residente local (natural ou não), que tem mais conhecimentos sobre o destino do que o próprio, provoca frequentemente no *surfer* a sensação de ter experienciado a sua visita da melhor forma (Bialsky, 2007).

A relação *host-surfer* não é de análise simples, estando ela em constante construção e mudança e sendo, por norma, de tão curta duração. Bialsky (2007) divide-a em três fases: introdução, introspeção e incorporação (*introduction, insight e embedding*). A primeira decorre no espaço de tempo em que o *host* e o *surfer* se conhecem, frequentemente num local público; a segunda trata-se da etapa em que uma ou ambas as partes fornecem factos sobre as suas vidas e o seu quotidiano; e a terceira diz respeito à despedida entre os indivíduos, em que têm que decidir se mantêm, ou não, o contacto. É na segunda fase, introspeção, que a relação entre *host* e *surfer* atinge o seu auge, devido à profundidade das conversas que acabam por surgir. Há quem compare esta relação com o fenómeno do *estranho no comboio*, estudado na Teoria da Troca Social por Thibaut e Kelley (1959), afirmando que se torna mais fácil falar aberta, intensa e honestamente com alguém desconhecido, cuja relação terá, à partida, uma curta duração (Whitty & Joinson, 2009 *apud* Liu, 2012). Também a semelhança de mentalidades e perspetivas entre *couchsurfers*, quer sejam *hosts*, quer sejam *surfers*, leva a que a facilidade de comunicação se torne quase instintiva, gerando uma sensação de compreensão mútua (Bialsky, 2007). Assim, surge rapidamente uma proximidade física e emocional entre os membros da relação, que se inter-admiram constantemente (Figueiredo, 2008). Após a partida do *surfer*, existem duas opções: o corte relacional entre as partes, ou a manutenção de uma relação, adicionando-se mutuamente às suas redes sociais. Esta, optada por uma parte significativa dos *couchsurfers*, conserva-se, por norma, por meio da internet, sustentando-se através de contactos pontuais, atualizações da sua vida e da sua cultura e, por vezes, originando a reciprocidade da hospitalidade, transformando-se o *surfer* em *host*, e o *host* em *surfer* (Lauterbach et al., 2009; Stern, 2009).

---

<sup>13</sup> Tradução livre

<sup>14</sup> Tradução livre

#### 2.4.1.2. Porquê o *CouchSurfing*?

A rede social em que este estudo se foca é, de longe, aquela com maior adesão, dentro do seu género – cujo propósito é o intercâmbio de hospitalidade. A possibilidade de criação de relações como as descritas em 2.4.1.1. é uma das maiores especificidades da rede, emergente devido aos valores elevados pela visão do projeto. Jen Billock, prévia CEO da organização, afirmou em entrevista com Hilary Burns (2014) que o CouchSurfing é, acima de tudo “sobre criar ligações do mundo real e intercâmbios culturais”<sup>15</sup>. A constante troca de histórias sobre viagens dos membros contribui para uma aprendizagem cosmopolita, resultado frequente destas relações (Zuev, 2013). Rizvi (2008 *apud* Zuev, 2012: 60), descreve-a como “um modo de aprendizagem sobre – e eticamente relacionada com – formações culturais”<sup>16</sup>. Zuev acrescenta ainda ao conteúdo da definição “o desenvolvimento de orientações cosmopolitas e abertura para com códigos culturais que entram em jogo durante interações interculturais, entre anfitriões e hóspedes”<sup>17</sup> (Zuev, 2013: 60). É facilmente perceptível que, ao escolher ficar na casa de um residente, o *couchsurfer* procura, na sua viagem, uma experiência que se assemelhe à vivência comum do local a visitar. Desta forma, o viajante depara-se em contacto com a realidade da comunidade, quase como que participando nela através da participação na vida do *host*.

Frequentemente, ao *fazer couchsurfing*, o indivíduo procura um turismo diferente do tradicional, afastando-se dos *must-sees* característicos deste e seguindo os conselhos do *host* que o acolhe, naturalmente consciente de trajetos alternativos e mais invulgares do local. O *host* torna-se também uma mais valia na estadia do *surfer* na medida em que tem a capacidade de o aconselhar em situações práticas como os meios de transporte a utilizar ou os locais onde fazer refeições, por exemplo (Zuev, 2012). O processo sob o qual o *CouchSurfing* se rege traz também inúmeros benefícios a quem disponibiliza o espaço (*host*): este vê aqui uma oportunidade de conhecer diferentes culturas sem ter que se afastar do local de residência, “trazendo o mundo a sua casa”<sup>18</sup> (Molz, 2007 *apud* Zuev, 213: 69). Pode ser, também, uma forma de reciclar um espaço que esteja por utilizar em casa do anfitrião ou, no caso deste viver sozinho, ter alguma companhia e novidade (Zuev, 2012; Zuev, 2013).

Bialsky (2007) caracteriza o *CouchSurfing* como uma forma de turismo íntimo, sendo este aquele cujo propósito é a criação de ligações íntimas – baseadas na confiança mútua – em espaços próximos, privados e familiares. É neste tipo de turismo, então, que se produz aquilo a que Zuev (2012) chama de *xenotopo* – um tipo de espacialidade que permite a perceção, por parte do viajante, dos ritmos do local a visitar – momento essencial da prática do *CouchSurfing* –, assim como a familiarização para com o espaço ou, por outra, “um espaço em que a estranheza (em termos de tempo, espaço e ritmos de vida) entre anfitrião e hóspede é negociada de forma a criar um terreno comum tendo em vista a partilha (conhecimento, histórias, energias emocionais, objetos materiais, etc.)”<sup>19</sup> (Zuev, 2012: 228). *Xenotopo*

---

<sup>15</sup> Tradução livre

<sup>16</sup> Tradução livre

<sup>17</sup> Tradução livre

<sup>18</sup> Tradução livre

<sup>19</sup> Tradução livre

significa, etimologicamente, “o espaço do estranho”<sup>20</sup> (Zuev, 2012: 232), sendo, na lógica do conceito do *CouchSurfing*, aquele onde são trocadas energias cognitivas e emocionais entre desconhecidos (Zuev, 2012).

O facto da plataforma fornecer também a possibilidade de encontro, sem envolver qualquer tipo de alojamento, chama a atenção de muitos membros que, na impossibilidade de poder oferecer um espaço para o *surfer* ficar (na condição de *host*) ou, na eventualidade do *host* não poder dispensar tempo para conviver (na condição de *surfer*), utilizam esta funcionalidade. É simultaneamente uma boa forma de conhecer outros viajantes. Liu (2012) apresenta ainda, perante o seu estudo, algumas motivações menos evidentes que levam à adesão a esta rede social *online*: oportunidades de emprego, possibilidade de envolvimento amoroso/sexual, oportunidades de negócio, ou até crime. A autora concluiu também que as motivações que levam à adesão do indivíduo, por norma, não são as mesmas pelas quais este se mantém ativo na rede. O que acontece, regularmente, é a experiência superar a expectativa e, por isso, o membro se tornar um entusiasta desta prática. O facto de se tratar de alojamento gratuito é, geralmente, o que o leva a aderir e experienciar o *CouchSurfing* e, mais tarde, ao aperceber-se dos benefícios que a prática pode trazer à viagem, passa a ser o modo de alojamento preferencial.

## **2.5. O COUCHSURFING COMO OBJETO DA SHARING ECONOMY**

Atualmente, o âmbito da *sharing economy* não é, de todo, consensual (Goudin, 2016). No entanto, apesar de serem inúmeras e díspares as definições associadas ao conceito, existe nestas pelo menos um traço transversal: a vontade de partilha do membro integrante, seja qual for a sua motivação. Num relatório designado *Financing the global sharing economy*, escrito pela organização *Share the World's Resources*, afirma-se que, contrariamente ao concebido pelo senso comum relativamente à inerência do egoísmo e individualismo ao ser humano, antropólogos têm vindo a afirmar que a partilha e a dádiva há muito que se instalaram como base das relações comunitárias “em sociedades por todo o mundo”<sup>21</sup> (Financing the global sharing economy, 2012: 8). Têm surgido, contudo, novas formas de partilha, devido essencialmente à emergência da internet que a permite fluir entre indivíduos desconhecidos, originando assim novas ligações sociais. Os desenvolvimentos tecnológicos evidenciados nas últimas décadas permitiram ao indivíduo colaborar e partilhar com outros de inúmeras formas, devido particularmente às conexões *online* possibilitadas. Desta forma, o aumento de práticas viradas para a *sharing economy* tem-se demonstrado de grande dimensão, fundamentalmente devido às facilidades que a tecnologia digital compreende, tanto a nível de quantidade como de qualidade – fluidez temporal e espacial, por exemplo. As práticas de partilha têm, assim, deixado de ser aplicadas apenas por necessidade, passando a traduzir-se na escolha do consumidor, transformando-se, por vezes, num modo de vida (Schor e Fitzmaurice, 2014).

---

<sup>20</sup> Tradução livre

<sup>21</sup> Tradução livre

Diferentes autores têm atribuído diferentes definições ao conceito: Botsman (2015), por exemplo, define *sharing economy* simplesmente como “um sistema económico baseado na partilha de bens ou serviços subutilizados, gratuitamente ou não, diretamente a partir de indivíduos”<sup>22</sup>; já Woskow (2014), especifica tempo, recursos e capacidades como objetos de consumo a partilhar, mencionando transações monetárias como parte integrante do sistema – “permite às pessoas passarem da posse de bens dispendiosos, como carros, ao pagamento pela sua utilização apenas enquanto deles necessitarem”<sup>23</sup> (Woskow, 2014: 7). Schor e Fitzmaurice (2014) alargam o conceito às práticas novas, às antigas e às reformuladas cujos objetivos impliquem criar fundos monetários, proporcionar uma experiência diferente ao consumidor, contribuir para o meio ambiente (através da reutilização e reciclagem de bens), e fortalecer laços sociais; enquanto Frenken et al. (2015 *apud* Goudin, 2016) afirmam que o conceito em questão deveria resumir-se a transações entre consumidores (C2C), que providenciassem apenas tempo de utilização de bens físicos – e não a transferência de propriedade. O grupo de campanha *The People Who Share*, ao promover a *sharing economy*, entende a sua abrangência aos seguintes aspetos: troca, câmbio, compra coletiva, consumo colaborativo, propriedade partilhada, valor partilhado, cooperação, *crowdfunding*, *crowdsourcing*, cocriação, reciclagem, reutilização, redistribuição, *open data*, *open source*, troca de bens utilizados, arrendamento, empréstimo, assinaturas, *peer-to-peer*, entre outros (Goudin, 2016). É ainda definida por Goudin uma outra ideia de *sharing economy*, que indica como objetivo final a redução da subutilização de bens e serviços, nomeadamente através de um modelo de arrendamento, atendendo ao facto da sua viabilidade se dever aos avanços da tecnologia que, por sua vez, terão levado à redução de custos de transação e ao aumento da abrangência possível da partilha.

Para efeitos da presente dissertação, a *sharing economy* será considerada como um conjunto de procedimentos que utilizam as novas TIC, nomeadamente a internet, como meio para fazer circular bens e serviços – por norma subutilizados –, através de transações monetárias, ou não, tendo como atributo prioritário a utilização e não a posse, e permitindo a dualidade de papel do indivíduo que alternará entre fornecedor e consumidor. Botsman (2015) apresenta cinco características para concluir a integração, ou não, de uma organização na *sharing economy*: (1) tenha ou não fins lucrativos, a ideia base deve ter como objetivo a valorização de recursos subutilizados; (2) a missão e os seus valores devem ser claros, construídos sob princípios transparentes, humanos e autênticos, explicitando decisões estratégicas a curto e longo prazo; (3) deve ter como um dos seus princípios o melhoramento da vida do fornecedor económica e socialmente, sendo este valorizado e respeitado; (4) deve disponibilizar ao consumidor eficiência no acesso a bens e serviços; (5) e, por fim, a organização deve ser construída sob mercados distribuídos ou redes descentralizadas, criando entre os membros um sentido de pertença, responsabilidade coletiva e benefício mútuo. A *sharing economy* trata-se assim muitas vezes de uma mutualização de recursos, na medida em que bens e serviços deixam de ser apenas possuídos e passam

---

<sup>22</sup> Tradução livre

<sup>23</sup> Tradução livre

a ser partilhados por determinado período de tempo, passando o acesso sobre propriedade a ser o sistema mais comum da *sharing economy* (Hamari, Sjöklint e Ukkonen, 2016).

A confiança *online* torna-se, naturalmente, um elemento chave da *sharing economy*, sendo necessário ao seu funcionamento o depósito de confiança de ambas as partes – fornecedor e consumidor – quer em processos B2B (negócio para negócio), B2C (negócio para consumidor) e C2C (consumidor para consumidor). Assim, os sistemas de reputação e identificação, mencionados em 2.4., são, cada vez mais, um ativo essencial em organizações e plataformas pertencentes à *sharing economy*, especialmente aquelas que englobam relações e conexões interpessoais (Woskowiak, 2014). As práticas de partilha podem ser categorizadas em quatro grandes grupos – (1) recirculação de bens; (2) troca de serviços; (3) otimização da utilização de recursos; (4) e elaboração de laços sociais – (Schor e Fitzmaurice, 2014), e divididas em quatro setores – (1) espaço e alojamento partilhado; (2) tarefas, tempo e capacidades partilhadas; (3) transportes partilhados; (4) e vértices do futuro (inovações na *sharing economy* em crescimento) – (Woskowiak, 2014).

Poder-se-á afirmar que a principal força motriz para a adesão e participação neste tipo de plataformas é o desejo de pertença comunitária, integração e experiência social (Schor e Fitzmaurice, 2014), estando na sua base a necessidade de “humanizar o que se tem vindo a tornar num mercado disfuncional e antissocial”<sup>24</sup> (Schor e Fitzmaurice, 2014: 30). Paralelamente, o aumento dos níveis de preocupação com o meio ambiente, a uma escala global, a par dos benefícios económicos envolvidos, tem conduzido às práticas da *sharing economy* como modelo económico alternativo. Autores afirmam que é difícil determinar o futuro deste sistema económico, sendo que acreditam no seu provável crescimento dada a quantidade de novos negócios que se regem pelo seu modelo que se têm implementado por todo o mundo, podendo vir a causar um grande impacto a nível social (Hamari, Sjöklint e Ukkonen, 2016; Schor e Fitzmaurice, 2014; Woskowiak, 2014).

Neste sentido, poder-se-á concluir que o *CouchSurfing*, como organização produtora da plataforma em estudo, é parte integrante da *sharing economy*, estando a partilha de espaço, confiança, cultura e tempo na sua base de funcionamento. O limite temporal imposto na utilização do bem tangível consumido – o espaço – torna-se a principal característica deste projeto como produto da *sharing economy*. Também a possibilidade de perceção do quotidiano e dos ritmos do local a visitar – por parte do *surfer* –, assim como a coleta de conhecimentos relativos a diferentes estilos de vida e culturas – por parte do *host* – são recursos intangíveis consumidos através do *CouchSurfing*, contribuindo para a sua caracterização como parte do sistema económico em questão (Zuev, 2012). Sendo uma das conclusões do estudo efetuado por Bialsky (2007) o facto de mais de 50% dos *couchsurfers* entrevistados ter como motivação primária desta prática a procura do crescimento pessoal através de interações sociais intensas, refere-se este como mais um recurso intangível a ser consumido pelo indivíduo participante no *CouchSurfing*, satisfazendo as suas necessidades cognitivas. Bialsky compara a escolha do *host* à

---

<sup>24</sup> Tradução livre

escolha de um produto no supermercado, referenciando-a como essencial neste processo, sendo o objetivo, por norma, encontrar valor, profundidade e intensidade nas conexões a criar. Por fim, o facto do principal objetivo deste processo ser a partilha (*host*) e o acesso (*surfer*), deixando de lado o hiperconsumo e o sentido de propriedade característicos do sistema económico tradicional, comprova a natureza fundamental do *CouchSurfing* como produto de uma *sharing economy* cada vez mais eminente (Zuev, 2012).

### **CAPÍTULO III ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS**

A elaboração de uma pesquisa de caráter científico implica a prática de uma abordagem metodológica, das quais se destacam dois tipos: a abordagem quantitativa e a abordagem qualitativa, sendo que na presente pesquisa irá ser adotada uma abordagem de caráter qualitativo. Nesta, o investigador parte do princípio sem expectativas prévias relativamente ao fenómeno em estudo e utiliza, por norma, uma amostra pequena. Esta abordagem trabalha com dados qualitativos (discurso e imagens, por exemplo) e está associada, por norma, a técnicas de análise indutivas – parte da observação para chegar à teoria (Bryman, 2001; Creswell, 2003). Sendo “qual?” e “como?” as principais questões a fazer para atingir os objetivos definidos, torna-se clara a provável obtenção de conteúdo qualitativo a ser analisado. É pretensão desta pesquisa analisar intensivamente as várias experiências e opiniões da amostra a usar, assim como diferenças e semelhanças entre elas, surgindo, portanto, como métodos de recolha de dados mais indicados uma extensa revisão bibliográfica, uma análise de conteúdo *online*, observação participante e 13 entrevistas.

#### **3.1. PERGUNTA DE PARTIDA, OBJETIVOS, PROBLEMÁTICA E DESAFIOS**

A título inicial da investigação, sugere-se uma pergunta de partida, tradutora do problema que se pretende resolver: *Quais os efeitos do processo de intercâmbio de hospitalidade gratuita nos jovens, nomeadamente nas suas perspetivas em relação à prática da viagem e do contacto intercultural?* Adaptando e associando conceitos como (1) a globalização, (2) a sociedade em rede, (3) a passagem do *online* para o *offline*, (4) a confiança *online* e (5) a *sharing economy* à cultura da hospitalidade mediada pelo computador e pela internet – nomeadamente na plataforma e rede social *Couchsurfing.com* – pretende-se compreender qual a sua base de funcionamento e que alterações está a provocar tanto a nível social, como cultural. Surge, então, especificamente, um grande e principal objetivo: compreender o impacto desta nova forma de alojamento – gratuita e mediada pela internet – nos jovens e nas suas expectativas e comportamentos relativamente à viagem, ao contacto com outras culturas e ao mundo em geral. A questão surge no contexto da problemática traduzida no seguinte esquema (figura 3.1):

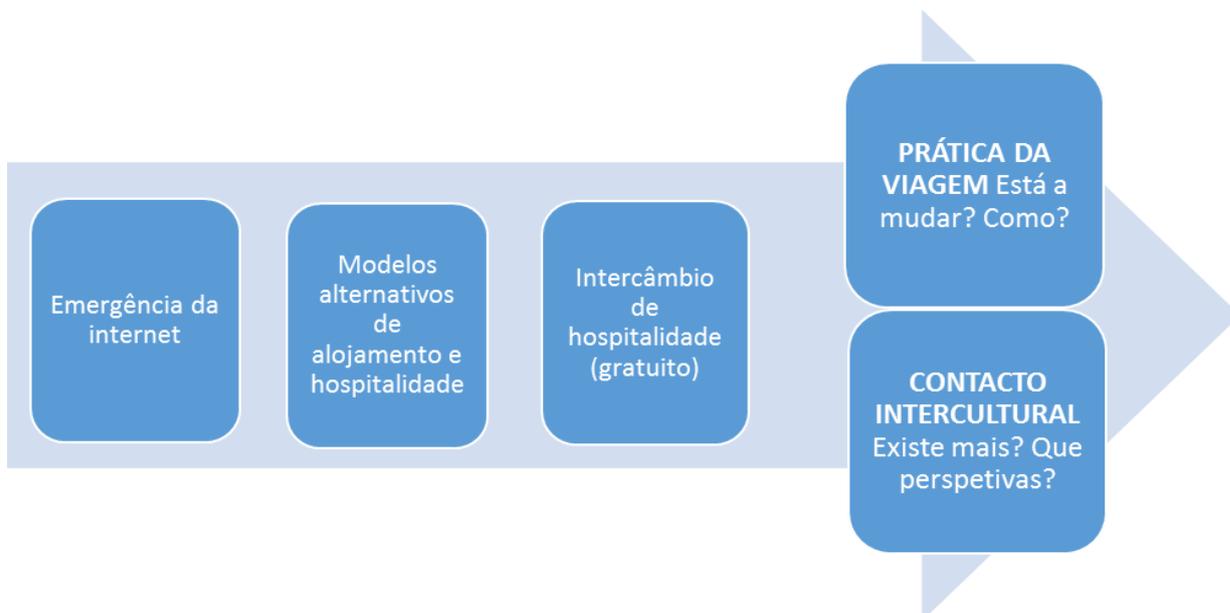


Figura 3.1: contextualização da problemática

Foram ultrapassados alguns desafios ao longo da pesquisa presentemente descrita, nomeadamente a limitação do leque de material teórico sobre o tema – principalmente em Portugal –, assim como o número limitado de *hosts* dispostos a colaborar com a investigação. A propósito da comparação entre os serviços de hospitalidade *CouchSurfing* e *Airbnb*, tornou-se necessário encontrar 5 *hosts* aliados a ambos, atualmente ou no passado, dispostos a serem entrevistados – esta procura tornou-se num desafio devido ao facto de serem poucos os *hosts* que correspondem a este critério: prova disso terá sido o facto de não ter sido possível o contacto com 5 *hosts* nestas condições, tendo sido encontrados apenas 3. A fim de uma tentativa de contextualização geral da situação do *CouchSurfing* na cidade do Porto, foram procurados dados estatísticos desta natureza das mais variadas formas: no próprio *website*, onde era possível aceder a esta informação até 2010, deixando então de estar disponível ao público; através do contacto direto com o próprio Casey Fenton e com a equipa de suporte da organização, sendo a resposta de ambos a inexistência de tais dados devido à sua imensurabilidade; e através do contacto com um *host* extremamente ativo no Porto (mais de 3000 *surfers*, em 8 anos, ter-se-ão alojado em sua casa), cuja resposta foi inexistente. Tornou-se assim inviável fazer tal contextualização com dados exatos, sendo apenas possível uma análise geral gerada a partir da observação (*online* e *offline*) efetuada para a presente dissertação. A conjugação dos conceitos discutidos na revisão de literatura com o trabalho de campo, mais especificamente no âmbito das entrevistas, foi também uma dificuldade eventualmente superada.

### 3.2. UMA ESTRATÉGIA QUALITATIVA E INDUTIVA

A estratégia a utilizar, tendo em vista a materialização da pesquisa proposta na presente dissertação, é, como supra referido, de carácter qualitativo e indutivo. Esta tornou-se a estratégia mais adequada para o estudo em questão devido à sua natureza imensurável, permitindo uma análise complexa de cada elemento da amostra a utilizar – a vários níveis –, assim como a procura

de diferenças e semelhanças entre as várias experiências. Desta forma, parte da pesquisa resultará da procura de um padrão, a partir da “observação de um determinado grupo específico”<sup>25</sup> (Babbie, 2013, 21) – esta procura resultará, então, na criação de teorias, existindo assim um carácter generalizador: torna-se evidente a sua natureza indutiva (Babbie, 2013; Bryman 2001).

Com base numa amostra de 13 indivíduos – 5 *hosts* (*CouchSurfing*) da cidade do Porto, entre os 20 e os 35 anos; 5 *surfers* a visitar a cidade do Porto, entre os 20 e os 35 anos; e 3 *hosts* (*Airbnb*) da cidade do Porto, que tenham sido previamente *hosts* através do *CouchSurfing* –, em alguma análise de conteúdo *online* e na participação em alguns eventos criados por e para *couchsurfers*, o presente caso de estudo – O *CouchSurfing* na cidade do Porto – tem como propósito aliar-se à revisão bibliográfica e conceptualização do tema previamente apresentados no capítulo 2. e compilar uma série de conclusões teorizadas referentes aos objetivos mencionados no subcapítulo 3.1.. Assim, são três as dimensões a estudar no âmbito da presente pesquisa: práticas relativas ao *CouchSurfing*; mudanças causadas pelo *Couchsurfing* na prática da viagem e do contacto intercultural; e diferentes meios de alojamento hospitalidade.

### **3.2.1. Análise do conteúdo online**

Esta terá sido a primeira fase do trabalho prático da presente dissertação. A análise do conteúdo *online* serviu para (1) perceber o funcionamento da plataforma em estudo, (2) analisar o seu conceito, (3) compreender a contextualização do *CouchSurfing* na cidade do Porto e (4) analisar o tipo de participantes desta comunidade através da análise de perfis. Foi também através da plataforma *online* que se estabeleceu o contacto necessário com os participantes na amostra desta dissertação.

### **3.2.2. Entrevistas**

A execução das entrevistas dividiu-se em quatro fases: estabelecimento de contacto com os entrevistados, elaboração das entrevistas, realização das entrevistas e análise das entrevistas. A amostra de entrevistados compõe-se por três grupos de cinco e três pessoas associados ao interesse do estudo: (1) 5 *hosts* do *CouchSurfing*, residentes na cidade do Porto, entre os 20 e os 35 anos (ANEXO 1); (2) 5 *surfers* a visitar a cidade do Porto, entre os 20 e os 35 anos (ANEXO 2); e (3) 3 *hosts* atuais do *Airbnb*, que tenham sido *hosts* do *CouchSurfing* anteriormente, residentes na cidade do Porto (ANEXO 3).

O primeiro e o segundo grupos foram contactados e entrevistados no mesmo espaço de tempo, assim como a execução da análise das entrevistas resultantes. O contacto estabeleceu-se através da funcionalidade das mensagens da plataforma *Couchsurfing.com*, embora de formas distintas. O primeiro grupo terá sido contactado pela própria autora do estudo, através de uma mensagem modelo explicativa do âmbito da pesquisa (ANEXO 4). A seleção terá sido realizada através de uma simples pesquisa de *hosts* na cidade do Porto, análise de perfil – foram escolhidos

---

<sup>25</sup> Tradução livre

*hosts* com alguma experiência, de preferência tanto a hospedar, como a ser hospedado e de idade compreendida entre os 20 e os 35 anos – e conseqüente escolha dos candidatos mais adequados. Das 15 mensagens enviadas, foram obtidas poucas respostas, sendo essas as 5 necessárias para a realização das entrevistas propostas. O segundo grupo terá tido um método de seleção um pouco diferente. Ao ser uma *host* ativa no *CouchSurfing*, a autora do estudo terá, ao longo dos meses em que tiveram lugar as entrevistas a realizar, recebido mais de 50 pedidos de alojamento por parte de *couchsurfers*. A escolha terá sido feita com base na experiência – foram selecionados *surfers* com diferentes quantidades de experiência –, na idade e no tipo de mentalidade exposta no perfil. Ao aceitar/recusar o pedido de hospitalidade, terá sido dada uma breve explicação do âmbito do projeto e perguntado ao *surfer* se estaria interessado/a em participar através de uma entrevista. Estas entrevistas foram realizadas em inglês, tendo sido mais tarde traduzidas para português, de forma a integrarem a presente dissertação. Os guiões destas entrevistas – quer aos *hosts* (ANEXO 5), quer aos *surfers* (ANEXO 6) – foram elaborados com base em três dimensões a analisar, tendo as perguntas sido divididas em 6 grupos: (1) pergunta inicial; (2) práticas do *CouchSurfing*; (3) efeitos do *Couchsurfing* na prática da viagem e do contacto intercultural; (4) diferentes tipos de hospitalidade; (5) perguntas finais; (6) dados pessoais.

O terceiro grupo terá sido contactado através de uma mensagem modelo explicativa do âmbito do projeto (ANEXO 7), à semelhança do primeiro, através da funcionalidade das mensagens da plataforma *Airbnb.com*. Neste caso, o único requisito necessário terá sido a participação, como *host*, em ambos os serviços de hospitalidade a comparar – *CouchSurfing* e *Airbnb* –, tendo sido encontrados apenas 3 de entre 41 *hosts* contactados. O guião desta entrevista (ANEXO 8) terá sido elaborado com o intuito de fazer uma comparação entre os dois serviços a vários níveis – tipo de relação anfitrião-hóspede; comunicação entre as partes; condições oferecidas ao hóspede por parte do anfitrião; motivações da passagem de um para outro.

### **3.2.3. Observação participante**

Foram presenciados dois eventos do *CouchSurfing* no Porto, organizados por e para *couchsurfers* onde, para além de uma intensa observação a vários níveis, foram tidas algumas conversas informais com *hosts* bastante ativos na cidade do Porto, assim como com alguns *surfers* com experiência nesta prática. O primeiro – um piquenique no Parque da Cidade – rapidamente se transformou num megaevento destinado a qualquer estrangeiro que estivesse presente no Porto. Tendo passado do *CouchSurfing* para o *Facebook*, a adesão foi de cerca de 150 pessoas, sendo a maioria delas estrangeira. O segundo evento – um encontro informal num bar no topo de um prédio – terá sido mais intimista, tendo uma adesão de cerca de 15 pessoas. Em ambos se misturaram locais com estrangeiros e o convívio tornou-se fácil e extremamente agradável. A predisposição para a criação de novas relações é evidente, tornando estes eventos uma boa situação para quem está a visitar a cidade sozinho ou para quem quer fazer novos amigos.

## CAPÍTULO IV DISCUSSÃO DE RESULTADOS

### 4.1. O *COUCHSURFING* NA CIDADE DO PORTO – PRÁTICAS DO *COUCHSURFING*

O quadro 4.1 apresenta uma breve comparação do contexto do *CouchSurfing* em algumas cidades europeias (<http://www.couchsurfing.com>, recuperado em 20/05/2017). Os números são, naturalmente, relativamente maiores nas cidades capitais – sendo que Lisboa apresenta números consideravelmente mais pequenos do que Londres e Paris –, existindo uma maior procura por parte dos viajantes e uma maior quantidade de pessoas disponíveis para os receber e mostrar o local. No entanto, comparando à cidade de Coimbra – local bastante procurado pela sua História e beleza – é notável uma grande diminuição da atividade desta comunidade: é três vezes menor o número de *hosts* e oito vezes menor a quantidade de pessoas a visitar a cidade em breve. A situação do *CouchSurfing* em Birmingham, uma das maiores cidades de Inglaterra, aponta para uma atividade reduzida comparativamente ao Porto, enquanto que a de Marseille, importante cidade francesa, anuncia-se semelhante à de Lisboa. Conclui-se, portanto, e tendo em conta a população existente em cada um dos países analisados, que a comunidade de *couchsurfers* em Portugal é bastante ativa, inclusivamente na cidade do Porto. Foi também esta a conclusão retirada das entrevistas e conversas informais tidas, tendo em vista a realização desta dissertação – Anna, por exemplo, que fazia uma viagem por Portugal à data da entrevista, utilizou o *CouchSurfing* como forma de alojamento em todas as cidades que visitou (Lisboa, Coimbra, Aveiro e Porto), tendo afirmado que não terá tido muita dificuldade em consegui-lo, sendo que adorou todas as pessoas que cá conheceu.

	<b>Porto</b>	Lisboa (capital)	Coimbra	Londres (capital)	Birmingham	Paris (capital)	Marseille
Número de <i>hosts</i>	<b>11 049</b>	15 999	3 693	134 254	7 017	174 209	15 652
Número de utilizadores disponíveis para sair ( <i>hang outs</i> )	<b>23</b>	33	26	120	5	115	12
Número de pessoas a visitar a cidade em breve	<b>152</b>	582	18	1 441	31	2 062	59

Quadro 4.1: comparação do contexto geral do *CouchSurfing* em diversas cidades europeias

#### 4.1.1. O tipo de viajante entrevistado

Morgan (E.U.A.), Iliá (Bielorrússia), Anna (Polónia), Ragnar (Dinamarca) e Caterina (Itália), são cinco jovens adultos, cujas idades variam entre os 20 e os 35 anos, utilizadores ativos da plataforma *Couchsurfing.com*, que visitaram a cidade do Porto entre fevereiro e abril de 2017 e aceitaram ser entrevistados a propósito da dissertação apresentada. Ana, Aurélio, Leandro,

Miguel e João, são também cinco jovens adultos de idades compreendidas entre os 20 e os 35 anos, residentes no Porto e *hosts* através do *CouchSurfing*, que aceitaram ser entrevistados com o mesmo propósito. Em conjunto formam a amostra estudada neste caso de estudo – o *CouchSurfing* na cidade do Porto.

Torna-se cada vez mais frequente a viagem a solo, em que os chamados «mochileiros» partem sozinhos tendo em vista a descoberta da novidade a nível social, cultural e geográfico. Desta forma, é proporcionada ao viajante uma liberdade e uma espontaneidade desiguais, sendo-lhe possível fazer o que quiser, ir onde quiser e confiar no seu instinto, tornando-se desnecessária a inevitável existência de adaptação aquando da viagem acompanhado – algo fortemente desaprovado por Anna: “*não viajo com outros porque não me quero adaptar. Quero fazer o que quero quando quero (...), quero ser livre, livre em todos os aspetos, até na escolha de um lugar para me sentar*” (Anna, 33). Este tipo de viagem obriga o indivíduo a afastar-se da sua zona de conforto, levando-o à descoberta de novos locais e pessoas, assim como à sua exposição a situações diferentes do habitual. O *CouchSurfing* torna-se, nestes casos, uma ferramenta extremamente útil, permitindo aos viajantes a procura de companhia de residentes locais ou outros viajantes nos momentos de maior solidão. Ilia reforça esta ideia dizendo que o que o leva a permanecer ligado ao *CouchSurfing* é essencialmente o facto de ser interessante para quem viaja sozinho visto que permite, muito simplesmente, “*falar com outras pessoas*” (Ilia, 28). A sede de novidade e aventura é também algo presente no conjunto de características do tipo de viajante que é o *host* do Porto, não incluindo, no entanto, a viagem a solo. A fuga à rotina do Porto e a procura por um tipo de viagem alternativo, afastando-se dos roteiros turísticos tradicionais, são características igualmente pertencentes ao conjunto suprarreferido. A procura de uma experiência sociocultural vive em todos os viajantes entrevistados, nomeadamente em Miguel que gosta “*acima de tudo, de falar com as pessoas de lá (...) para perceber como é que elas veem a vida, como vivem, o que comem... pelo que é que elas se interessam – a religião, a cultura, a língua...*” (Miguel, 30).

Algo tendencial tanto a *surfers*, como a *hosts*, é a viagem a baixo custo. Os voos *low cost*, aliados ao alojamento gratuito proporcionado pelo *CouchSurfing* levam, muitas vezes, à concretização de viagens que nem sequer haviam sido consideradas anteriormente – viagens não planeadas são também muito comuns neste meio. A praticidade, a aventura, a novidade e o baixo custo são as principais características da viagem ideal do jovem *couchsurfer*.

#### **4.1.2. A comunicação antes, durante e depois da estadia**

Na procura de um *host*, o filtro mais utilizado é o do «último login», dado que a falta de resposta ao pedido de alojamento é algo bastante frequente no *CouchSurfing*: “*é uma pena quando tentas entrar em contacto com alguém e não tens resposta nenhuma – às vezes envio mais de 100 pedidos e recebo apenas 5 respostas*” (Ilia, 28). Esta falha dever-se-á essencialmente ao facto de existir um imensurável crescendo no número de utilizadores da plataforma, tendo duas consequências:

um enorme número de pedidos, diariamente recebidos pelos *hosts* ativos, tornando-se difícil responder a todos; e um grande número de *hosts* ligados ao *CouchSurfing* que, no fundo, não são ativos, sendo a sua resposta a pedidos de alojamento nula. A análise de perfil, inclusivamente das referências, é algo quase intrínseco à procura de um *host*, numa tentativa de perceção da personalidade da pessoa, de procura de interesses em comum e de uma sensação de confiança. Quanto aos pedidos de alojamento recebidos pelos *hosts* entrevistados, a resposta depende, maioritariamente, da disponibilidade e vontade na altura. Estando implícito, para quase todos, que aceitar hospedar alguém implica passar muito do seu tempo livre com o hóspede, apenas o fazem quando sabem que estarão disponíveis para tal. No mesmo sentido, procuram sempre escolher alguém que demonstre interesse em criar algum tipo de relacionamento, e não apenas alojamento gratuito. Não sendo este tipo de seleção consensual entre os 5 *hosts*, dois deles terão afirmado não fazer qualquer tipo de triagem para além da data e número de hóspedes, não tendo qualquer outro critério de exclusão. «Informal» e «descontraída» terão sido as palavras mais usadas pelos entrevistados para descrever o tipo de linguagem utilizada entre *host* e *surfer* logo à partida, uma vez que “os membros do *CouchSurfing* são assim” (Ana, 20). Sendo um conjunto de pessoas jovens, por norma, a par das suas características maleáveis e tranquilas, uma comunicação de cariz informal não se torna desadequada ou bizarra. Para além do acordo de local e hora de encontro, pouca é a comunicação existente entre *host* e *surfer* até à primeira fase da relação entre ambos (introdução)<sup>26</sup>, tendo em vista a passagem para uma relação física *offline* e fazendo jus ao fator de sucesso das redes sociais nomeada por Castells (2014): o paralelismo entre a realidade e a virtualidade.

A adaptação de horários e atividades entre *host* e *surfer* é sempre um ritual integrante na prática do *CouchSurfing*, portanto um fator importante a considerar ao receber um hóspede em casa. Maioritariamente, os *hosts* fazem questão de passar tempo com os seus hóspedes, mostrando-lhes partes da cidade, levando-os a jantar fora ou, no caso da disponibilidade ser pouca, ir tomar um café ou sair um pouco com eles. Tentam ter em conta os seus planos prévios e aconselhá-los da melhor forma, tentando introduzi-los ao máximo no seu dia-a-dia transmitindo-lhes o espírito e o modo de vida de um verdadeiro residente local. Há ainda a ter em conta o número de pessoas a receber sendo que, sendo apenas uma, a companhia ao *surfer* torna-se praticamente obrigatória durante, pelo menos, uma parte da estadia.

O tipo de relação criada entre *couchsurfers* terá sido um tema bastante contraditório entre os entrevistados. Os *surfers* entrevistados, à exceção de Ilia, anuíram todos à questão sobre a existência de uma ligação profunda quase imediata entre *couchsurfers*:

“(…) mesmo que o nível de inglês não seja o melhor, ainda se cria um grande laço com as pessoas que estão a partilhar contigo a sua casa e a sua vida e é muito bom” (Morgan, 22)

---

<sup>26</sup> Referência às três fases da relação *host-surfer* de Bialsky (2007)

*“Sim, acho que te ligas instantaneamente com couchsurfers, e não sei porquê”* (Caterina, 21)

Na génese das razões está a semelhança de espírito e personalidade, que facilita a ritualização da criação de uma ligação forte entre as partes, praticando-se assim o turismo íntimo (Bialsky, 2007) mencionado em 2.4.1.2.). Já os *hosts*, apesar de concordarem que, de facto, existe uma maior empatia neste tipo de relação do que numa nova relação vulgar, não assumem automaticamente que existirá um laço forte apenas devido à condição de *couchsurfer*: *“não é por ser couchsurfer que vou sentir alguma coisa de antemão... ser couchsurfer não é razão para isso. Pode acontecer, ou não”* (João, 35). As conversas de cariz pessoal acabam, por norma, por acontecer entre *host* e *surfer* dada a proximidade quase obrigatória que se gera. O contrário seria, até, inesperado e um pouco estranho, dado que o *CouchSurfing* implica uma partilha de casa e, consequentemente, de vida. Tanto *hosts* como *surfers* fazem questão em conhecer o outro a um nível elevado, nomeadamente *“as suas perspetivas sobre a vida”* (Ragnar, 28) ou *“as suas histórias de viagens”* (Aurélio, 28). Tratar-se-á, talvez, como mencionado em 2.4.1.1., de um fenómeno semelhante ao do *estranho no comboio*, estudado na Teoria da Troca Social por Thibaut e Kelley (1959), em que se defende a facilidade existente na partilha de algo imensamente honesto com alguém que se sabe, à partida, que não se voltará a ver – ou ver-se-á apenas num futuro longínquo, e novamente por um curto espaço de tempo. Tal situação terá sido mencionada por Leandro: *“pode acontecer, (...) porque sabes que não vais voltar a encontrar a pessoa e sabes que vai morrer ali...”* (Leandro, 30). A semelhança de mentalidades e partilha de interesses, nomeadamente a predisposição para a viagem e para a partilha e contacto intercultural, terão sido os principais fatores encontrados impulsionadores de tais situações. As expectativas quanto a um relacionamento criado a partir do *CouchSurfing* são, por norma, bastante simples: *“um local para dormir”* (Morgan, 22), *“respeito mútuo”* (Ragnar, 28), *“uma boa experiência”* (Caterina, 21), *“uma relação casual e descontraída”* (Ana, 20) e *“aprender muito”* (Anna, 33). No geral, a filosofia preferenciada é a de ter as expectativas mais baixas possíveis para que se tornem fáceis de superar, de forma a auto proporcionar-se momentos e experiências de qualidade muito acima do esperado.

Após a estadia, a manutenção de contacto entre *host* e *surfer* é quase certo. De uma forma geral não se trata de um contacto regular, mas sim uma partilha de conversas esporádicas de forma a estarem a par da localização e do bem-estar um do outro – a partilha de redes sociais mostrou-se um ritual bastante usual numa pós-estadia de um *surfer* em casa de um *host*, contribuindo assim para o incremento da sociedade em rede interdependente da e pela tecnologia presente atualmente no planeta. Apesar de todos os *surfers* entrevistados terem afirmado oferecer hospitalidade em troca às pessoas que os hospedam, os *hosts* da amostra declararam não esperar qualquer tipo de retribuição quanto à hospedagem, apenas, quando muito, estando eventualmente no mesmo local,

que se encontrem de novo e partilhem conhecimento: *“por exemplo, em breve vou a Barcelona e em princípio vou-me encontrar com uma pessoa que estive na minha casa”* (Aurélio, 28).

A estadia do *surfer* em casa do *host* resulta, então, num curto, mas intenso relacionamento. Aquando da comunicação ainda mediada – previamente ao encontro pessoal –, a relação é extremamente objetiva e bastante superficial, apesar de descontraída e informal: todos os esforços são reunidos para, primeiro, encontrar um *host* disposto a receber um *surfer* e, segundo, detalhar os pormenores do encontro entre ambos para que ocorra sem grandes complicações. Durante a estadia, o relacionamento passa para um nível incomparavelmente mais pessoal, estando este quase implícito numa relação *host/surfer*. A companhia de um para com o outro é, desde o princípio, incentivada, assim como a tentativa de um conhecimento mútuo, muitas vezes profundo. Apesar da empatia entre *couchsurfers* ser recorrente, as expectativas são mantidas num nível baixo. Após a partida do *surfer*, a manutenção de contacto é algo bastante habitual, embora apenas mediada pela internet, nomeadamente pelas redes sociais.

#### **4.1.3. Confiança e sistema de referências**

A confiança torna-se a base de todo o funcionamento do conceito do *CouchSurfing*. Se o utilizador não confiar no próximo, tornar-se-á impossível a concretização da ideia que lhe dá origem: oferecer hospitalidade a quem vem visitar determinado local. Trata-se, assim, de uma interação de confiança de indivíduo para indivíduo mediada pela internet. Neste sentido, a plataforma inclui um sistema de referências inserido no perfil de cada utilizador, descrito e caracterizado em 2.4.1. Serve este, acima de tudo, para fornecer segurança e tranquilidade aos utilizadores relativamente ao próximo, podendo consultá-lo sempre que sentirem necessário certificar-se de que a passagem da relação *online* para *offline* será segura. De todos os entrevistados, apenas João e Leandro (*hosts*) afirmaram não consultar as referências dos hóspedes que aceitam em sua casa, sendo que, a maioria, dá extrema importância a esta funcionalidade, quer na procura de um *host*, quer na escolha de um *surfer*:

*“(…) vou sempre ao perfil da pessoa ver as referências, muito raramente hospedo alguém que não tem referências.”* (Miguel, 30)

*“Olho principalmente para as referências, é isso que me faz sentir segura.”* (Anna, 33)

É este sistema que deixa os utilizadores descansados aquando da prática do conceito implementado pela plataforma em estudo. Assim sendo, todos os entrevistados afirmaram deixar sempre – ou quase sempre – uma referência, apesar de nunca exigirem uma referência de volta.

Contudo, há que ter em consideração a necessidade de uma primeira experiência para a obtenção de, pelo menos, uma referência. Neste caso, tem muita importância o perfil e a autoapresentação do utilizador, sendo que por vezes acontece *“ficar com pessoas que não têm referências, mas apenas porque parecem simpáticas no perfil”* (Caterina, 21). Goffman (1993) faz uma comparação entre o ator e o ser social, afirmando que um indivíduo, quando na presença

de outro, desempenha um papel (*performance*) adaptado ao público e à situação em que está, criando uma auto representação diferente para cada circunstância. A construção de um perfil *online*, independentemente da rede social *online* de que se trata, implica a partilha de informação pessoal – esta é denominada por Hogan (2010) de «exposição», sendo por ele comparada ao conceito de «*performance*» previamente mencionado. Uma das críticas mencionadas à plataforma em estudo, por parte de um *surfer*, terá sido o facto da criação do perfil implicar um esforço cada vez menor, tendo vindo a transformar-se em algo extremamente fácil e intuitivo, fazendo com que “*muitos membros lá estejam apenas porque carregaram num botão e não a utilizem de facto*” (Ragnar, 2008). Contudo, no *CouchSurfing* o perfil tem importância essencialmente em dois momentos: (1) na aceitação/recusa de um *surfer* por parte de um *host*, na ausência de referências ou em caso de indecisão; e (2) na procura de um *host*, não só porque os pedidos serão enviados, à partida, para pessoas que transmitem confiança e segurança ao indivíduo, mas também pela existência de muitos *hosts* que só aceitarão *surfers* que demonstrem que analisaram cuidadosamente o seu perfil – “*muitas pessoas pedem para responder a determinadas perguntas no perfil para terem a certeza que leram e não mandaram só uma mensagem geral*” (Ana, 20).

Um dos maiores receios demonstrados pela amostra entrevistada relativamente ao funcionamento do intercâmbio de hospitalidade fornecido pelo *CouchSurfing* vem por parte das mulheres que não se permitem ser hospedadas por membros do sexo masculino. É bastante elevado o nível de preconceito de género existente nesta comunidade: três das quatro mulheres entrevistadas mencionaram este como o primeiro filtro a utilizar na procura de um *host*, sendo que assim se sentem definitivamente mais seguras: “*provavelmente hospedar-me-ia mais rapidamente com uma mulher que não tivesse referências do que com um homem. Sentir-me-ia mais segura...*” (Anna, 33). A utilização da plataforma como um *dating site* tem sido algo cada vez mais frequente, não correspondendo, nestes casos, ao conceito inicial e genuíno do *CouchSurfing*, sendo, portanto, algo que desmotiva os utilizadores mais antigos e que incrementa o receio à sua utilização, sobretudo pelos utilizadores do sexo feminino. Também Leandro, um dos quatro *hosts* do sexo masculino entrevistados afirmou que apenas hospeda mulheres por não se ter sentido à vontade da primeira vez que não o fez.

Apesar das desconfianças e receios supramencionados, a confiança no outro é algo existente no seio do *CouchSurfing*, sendo que um dos valores que mais se evidencia é o sentido de pertença a uma comunidade. Caterina terá reiterado esta ideia afirmando que “*só o facto de estarmos associados ao CouchSurfing faz-nos sentir como uma espécie de comunidade diferente das outras, no bom sentido. Sentimo-nos conectados automaticamente (...) é uma forma alternativa de olhar para o mundo*” (Caterina, 21). A confiança entre utilizadores, alcançada a partir do sistema de reputação – no caso do *CouchSurfing* um sistema de referências –, a par do perfil do utilizador, estão na génese do funcionamento da plataforma, sendo estes que fornecem ao futuro *surfer/host* a garantia de estar em contacto com alguém seguro e fiável. A discriminação de

género é ainda uma questão a ser resolvida, estando esta ainda muito presente na natureza do intercâmbio de hospitalidade, nomeadamente na prática do *CouchSurfing*.

## **4.2. O JOVEM COUCHSURFER E O MUNDO – A VIAGEM E O CONTACTO INTERCULTURAL**

### **4.2.1. A Globalização e o *CouchSurfing***

Tratando-se a globalização de um processo de unificação global a nível cultural, económico, social e político, torna-se claro o papel de comunidades como a do *CouchSurfing* no mesmo. A aproximação de culturas é bastante evidente na prática exercida pelos seus membros uma vez que, inevitavelmente, o contacto entre pessoas de origens distintas irá acontecer – a principal motivação dos *hosts* entrevistados para hospedarem viajantes através do *CouchSurfing* passa, precisamente, por conhecer pessoas provenientes de culturas diferentes da sua:

*“Porque gosto de conhecer outras culturas, nomeadamente de recebê-las em minha casa (...). Porque gosto de conhecer pessoas de outros países... quanto mais longínquos e estranhos melhor.”* (Miguel)

*“Quando recebo, normalmente, aprendo principalmente sobre a cultura deles, o que me interessa bastante... e como recebi pessoas de locais muito diferentes (Índia, México, EUA, Alemanha), tento sempre falar... até sobre algumas ideias preconcebidas que se tem de determinadas culturas. Tento sempre saber o ponto de vista de alguém que vive lá.”* (Ana, 20)

A aprendizagem cosmopolita, referida em 2.4.1.2. foi provada estar constantemente presente na dinâmica entre *couchsurfers*, sendo para muitos o principal motivo à sua praticidade. Os costumes, as crenças, os conhecimentos, a gastronomia, a História e a língua são, entre muitos outros, aspetos partilhados entre os membros do *CouchSurfing* durante o espaço de tempo em que o *host* oferece hospitalidade ao *surfer* – Anna e Ilia deram, ao longo da sua entrevista, alguns exemplos deste intercâmbio cultural:

*“Quando estive em Lisboa pediram-me para cozinhar sopa polaca, por exemplo. E quando recebo pessoas por vezes cozinho algo regional.”* (Anna, 33)

*“Costumo trazer alguns presentes bielorrussos. (...) tento ensinar-lhes algumas palavras russas interessantes, mostrar-lhes musica bielorrussa e russa e fazer-lhes cocktails. (...) tivemos algum intercâmbio cultural.”* (Ilia, 28)

O aperfeiçoamento da segunda e terceira línguas dos entrevistados – nomeadamente do Inglês e do Espanhol –, é algo que se verifica devido à comunicação, inerente ao ser humano e, conseqüentemente, à relação entre *host* e *surfer*, contribuindo também desta forma para a consolidação do conceito de aldeia global.

*“Penso que o que quer que estejam dispostos a perguntar-me, estão também dispostos a responder de volta, e vice versa. Por exemplo, surfei em casa de uma rapariga turca que se mostrou extremamente interessada na minha vida sexual porque o passado dela, nesse sentido, era muito inexperiente... e eu tinha muitas questões sobre a cultura turca, como a família dela ou a hijab... trocámos muitos conhecimentos desse género.”* (Morgan, 22)

A eliminação de fronteiras acaba por ocorrer naturalmente através da comunicação implícita nas conexões criadas a partir da rede social presentemente estudada. Os *couchsurfers* são claros entusiastas do conhecimento e da aprendizagem, sendo a viagem utilizada como meio para atingir este fim. A troca de conhecimentos e experiências estão inerentes à estadia na casa de um habitante local, proporcionada automaticamente pelo *CouchSurfing*. Desta forma, a sensação de redução de distâncias físicas torna-se uma constante, através da troca de informações e curiosidades culturais, estando o *CouchSurfing* a contribuir para o processo de globalização cada vez mais iminente.

#### **4.2.2. O conceito de hospitalidade**

«Partilha», «contacto», «compreensão» e «dar» foram as palavras mais utilizadas pela amostra entrevistada aquando da descrição do conceito de *hospitalidade*. É neste sentido, a par da reutilização de espaço inutilizado, que o *CouchSurfing* se encaixa na *sharing economy*. Para efeitos da presente pesquisa, foi tida como definição aquela dada em 2.3 – conjunto de ações que englobam o acolhimento, o cuidado e o albergue de alguém proveniente de um ambiente diferente –, sendo que a noção, quer dos *hosts*, quer dos *surfers*, não terá diferido muito. Proporcionar ao hóspede a sensação de que “*está em casa, sem estar em casa*” (Leandro, 30), terá sido o princípio primordial inerente à ideia de hospitalidade por parte dos *couchsurfers*, através de ações como a partilha, a perceção das necessidades do outro, a satisfação de tais necessidades, o contacto interpessoal, a consideração e o interesse pelo outro. Em suma, *hospitalidade* é “*ter e dar um tipo de sensação familiar*” (Ilia, 28).

Como *hosts*, foi-lhes perguntado o que fazem, na prática, de forma a se sentirem bons anfitriões. No sentido do suprarreferido, a companhia e os conselhos estão no topo da lista do bom *host* do *CouchSurfing*. Miguel, por exemplo, afirma que a primeira coisa que faz é mostrar-lhes o quarto e todas as divisões da casa, dando-lhes acesso a tudo, inclusivamente ao frigorífico; dá-lhes toalhas e explica-lhes o funcionamento do chuveiro o que faz com que “*as pessoas se sintam logo mais à vontade e agradadas com a receção*” (Miguel, 30). Já Leandro tem uma receção menos robotizada e muito mais informal: “*tento receber bem e falo «não tem regra, faz o quiser fazer»*” (Leandro, 30). A receção formatada, pensada e generalizada – caso de Miguel – garantirá, à partida, um bom resultado com qualquer *surfer*, facilitando assim as ações do *host* como anfitrião. Já o formato mais facilitista e pragmático poderá tornar-se mais complexo, de certa forma, exigindo ao *host* diferentes formas de pôr em prática uma boa hospitalidade. Esta é praticável de diversas formas tendo, no entanto, sempre a mesma base: conversa, boa disposição e atenção às necessidades do *surfer*. Tratá-los como gostariam de ser tratados é o ato mais básico da hospitalidade, sendo que, para o *host* do *CouchSurfing*, isto não requer especial esforço uma vez que “*tudo o que fa[zem] é de boa vontade*” (João, 35).

O povo português foi qualificado como muito hospitaleiro, sendo que não terá havido uma única resposta negativa por parte dos entrevistados quando questionados sobre tal assunto. Morgan deu, inclusive, o exemplo de quando se hospedou em Lisboa: “*o meu host estava doente e, mesmo assim, deixou-me lá ficar e mostrou-me a cidade. Acho que os portugueses são extremamente amigáveis*” (Morgan, 22). Os portugueses estão, de uma forma geral, sempre dispostos a conversar e ajudar, recebendo o hóspede num ambiente extremamente familiar. Terá sido mencionada, inclusivamente, a surpresa constante por parte dos *surfers* perante a forma tão acolhedora como terão sido recebidos. As experiências dos *surfers* com *hosts* portugueses foram sempre positivas, demonstrando um nível elevado de hospitalidade.

No seio da comunidade do *CouchSurfing*, fazer o *surfer* sentir o lar do *host* como seu é a base do conceito de hospitalidade, estando o povo português perfeitamente por dentro deste ritual, fazendo assim jus à sua fama de povo hospitaleiro e acolhedor. A sensação de responsabilidade pelo *surfer* está imensamente presente no *host*, estando este a contar, à partida, com o gasto de algum tempo e conversa com o seu hóspede. Receber um *surfer* é, para o *host*, como que receber um amigo, tendo o segundo o mesmo trabalho para com o primeiro que teria com a receção de alguém já integrado na sua vida.

#### **4.2.3. O que traz de novo o *CouchSurfing*?**

##### **4.2.3.1. À prática da viagem**

Apenas um elemento da amostra, em dez, afirmou que o *CouchSurfing* em nada mudou a sua forma de viajar devido ao facto de não se alojar através deste sistema, por uma questão de preferência. Para além deste, a todos os entrevistados o *CouchSurfing* causou algum impacto na forma de viagem, por um motivo ou por outro. A primordial razão mencionada para esta alteração de práticas será a ideia de viver o destino visitado como um habitante local e vê-lo “*através dos olhos de um habitante local*” (Ragnar, 28), o que, no fundo, é a base do conceito do *CouchSurfing*, estando esta prática já acordada desde o princípio. São múltiplas as vantagens de ser hospedado por um local, sendo de sublinhar a oportunidade do *surfer* se aconselhar junto do *host* relativamente a qualquer dúvida que surja sobre o lugar onde se encontra:

*“É completamente diferente, principalmente quando se vai a uma cidade nova e até se tinha um plano que não se sabe bem se é concebível sequer... e com alguém de lá tudo se torna muito mais simples.”*

(Ana, 20)

*“Eu acho que agora, nas próximas viagens que fizer, vou tentar fazer CouchSurfing (...)estou a aperceber-me que mostro sítios aos couchsurfers que eles não veriam se não estivessem comigo.”*

(Aurélio, 28)

Aqueles que têm o hábito ou a necessidade de viajar a solo fazem da plataforma em questão uma grande mais valia. Através do *CouchSurfing* torna-se fácil e muito prático conhecer pessoas novas que reciprocarem esta vontade – “*Penso que antes pensava que estava a viajar como um... não era muito pessoal... mas depois descobri o CouchSurfing e passei a viajar mais e mais neste*

*espírito e passou a ser uma experiência muito mais pessoal”* (Ragnar, 28). A Ilia, o *CouchSurfing* mostrou-lhe *“que po[de] mesmo encontrar algumas pessoas e que funciona”* (Ilia, 28), e mesmo João, que pouco utilizou o *CouchSurfing* para se hospedar, afirma que sabe que, em caso de necessidade, poderia *“utilizar esta ferramenta se quisesse para não estar sozinho ou viajar sozinho, pelo menos uma parte da viagem”* (João, 35) – fundamentalmente, o *couchsurfer*, se assim o desejar, estará a viajar sozinho mas não só. Neste sentido, os eventos e os *meet ups* proporcionados pela plataforma tornam-se uma mais valia ao utilizador que tem por hábito viajar sozinho mas que, em determinadas alturas, gosta de ter alguma companhia e conhecer novas pessoas.

Em termos monetários, o *CouchSurfing* poderá significar também uma diferença considerável na forma como, principalmente os jovens, praticam as suas viagens: *“(…) aquilo que antes era um custo extra e que muitas vezes era uma dor de cabeça (...), tornou-se numa coisa muito simples: mandar pedidos a pessoas com quem me identifico ou receber pessoas. Isso transforma completamente o conceito de uma viagem”* (Ana, 20). O alojamento gratuito não é, de todo, a principal motivação dos membros da comunidade sendo, no entanto, uma enorme mais valia, essencialmente para aqueles cuja impossibilidade de viajar devido a baixas posses monetárias é uma realidade. A viagem a baixo custo (*low cost*) é um conceito cada vez mais aplicado sendo, neste sentido, o *CouchSurfing* uma ferramenta útil e prática, não sendo, no entanto, para qualquer pessoa devido à flexibilidade, aos baixos standards e padrões e ao espírito positivo necessários e inerentes à sua utilização.

A ponderação de visitar novos locais devido, quer à constante troca de histórias de viagens, quer à contextualização por parte do *surfer* da sua terra natal, está também presente no conjunto de efeitos do *CouchSurfing* sob a prática da viagem. Ao receber um *surfer* viajado (ou de uma terra cujo *host* nunca havia pensado visitar) e ouvir as suas experiências, o *host* começará a refletir na ida a locais que até então não teria considerado – *“o que muda é a minha expectativa... graças ao CouchSurfing, quando chego a um país, se tiver hospedado alguém dessa zona ou que lá tenha ido, já tenho uma expectativa, já sei mais sobre esse país”* (Miguel, 30).

O conceito e consequente prática do *CouchSurfing* tem a capacidade de mudar totalmente a imagem de uma viagem, sobretudo em pessoas jovens, dispostas a adaptar-se a qualquer situação de forma a viver uma experiência única. A possibilidade de passar o tempo de visita a uma cidade em casa de alguém local traz bastantes vantagens ao *surfer*, quer a níveis sociais, quer a níveis práticos. A par dos benefícios para um viajante a solo, está o facto de não ser pago, viabilizando assim, para muitos, a possibilidade de determinada viagem.

#### **4.2.3.2. Às perspetivas culturais e ao contacto intercultural**

*“Não sei muito bem como... mas acaba por se expandir a forma como se compreende os outros e outras culturas”* (Ragnar, 28). É este o espírito demonstrado por parte do *couchsurfer*, de uma forma geral, aquando do surgimento de temas como *expansão cultural, consequências do*

*contacto intercultural proporcionado e ampliação do leque de conhecimentos.* A percepção de um mundo muito mais variado do que previamente pensado é uma das aprendizagens proporcionadas pelo CouchSurfing: “(...) aprendi que existem muito mais culturas do que eu imaginava e que, dentro do mesmo país existem muito mais culturas do que eu pensava, como é o caso da Bósnia, por exemplo” (Miguel, 30). É através do contacto intercultural supramencionado que nasce, ou se consolida, a consciência de que toda e qualquer cultura tem um interesse próprio e característico, tornando a natureza da consciência cultural de cada um mais “colorida e matizada” (Ragnar, 28). A assimilação de novos conhecimentos é uma constante na prática do CouchSurfing, resultante do contacto interpessoal – entre pessoas – associada ao seu conceito:

*“Quando estás a viver com alguém de outro país pode aprender-se alguns hábitos, coisas sobre pessoas, algumas tradições. É uma ótima oportunidade para simplesmente fazer perguntas a pessoas”* (Ilia, 28)  
*“Apesar de nunca ter lá estado conversei muito tempo sobre aquelas culturas e sobre a nossa e pudemos estabelecer pontos de comparação, numa tentativa de encontrar soluções para alguns problemas e assim...”* (Ana, 20)

O facto de não ser uma aprendizagem mediada – por um livro, por um filme, por um artigo, etc. – torna a dinâmica desta aprendizagem cosmopolita extremamente agradável aos membros do CouchSurfing e, conseqüentemente, uma das principais motivações à sua prática. O melhoramento da língua, tema discutido em 4.2.1., é uma das grandes vantagens advindas desta partilha, a par de novos conhecimentos a nível político – “É muito interessante viajar neste momento devido à situação política nos EUA. Quando se fala de política e cultura com couchsurfers é sempre muito interessante... a política é sempre um tópico” (Morgan, 22) –, gastronómico – “(...) tenho aprendido gastronomia e estou sempre a provar coisas novas” (Leandro, 30) –, histórico – “É muito bom aprender História ou algo vindo de alguém que te conta na 1ª pessoa, e tu podes contar a tua” (Caterina, 21) –, geográfico – “Eu gosto de viajar e, à partida, estas pessoas também... hospedo para conhecer lugares de que não faço a mínima ideia” (Leandro, 30) –, ou simplesmente prático – “por vezes os couchsurfers têm habilidades muito próprias que podem tentar ensinar” (Ragnar, 28). A mente é, neste sentido, aberta para novas visões e estilos de vida que, por vezes de forma inimaginável e imprevisível, se tornam muito atrativos, abrindo assim caminho para diferentes formas de viver e experienciar o mundo.

*“Se quisesse realmente conhecer uma cultura diferente, alojar-me-ia no interior, com pessoas que não falassem línguas estrangeiras e que tivessem estado sempre no mesmo sítio”* (Anna, 33) – num sentido um pouco paradoxal, é assim assinalado o facto de, à partida, o couchsurfer ter um espírito extremamente livre devido, principalmente, ao facto de se tratar de alguém viajado (quer no sentido literal, quer no sentido figurado), tendo assim visões e perspectivas culturais diferentes do povo tradicional de cada país. O alojamento na casa de alguém

que nunca tenha saído da zona de residência resultará, à partida, numa melhor e maior percepção do panorama geral da cultura local.

O *CouchSurfing* tem a capacidade de provocar, nos membros da comunidade associada, um incremento das percepções culturais através do contacto intercultural intrínseco à sua ideia base. A aprendizagem cosmopolita resultante da comunicação e relacionamento entre *host* e *surfer*, a par das experiências vividas durante o espaço de tempo da visita, contribuem para o aumento das perspetivas e aceitação de cenários e panoramas provavelmente até então desconsiderados. A tolerância, a flexibilidade e o envolvimento são, desta forma, conceitos constantemente postos em prática pelo *couchsurfer* aquando da prática a este associada.

#### **4.2.3.3. Às perspetivas e visões sobre o Mundo**

De uma forma geral, o funcionamento do conceito do *Couchsurfing* traz aos seus membros uma sensação de esperança e confiança no mundo, que anteriormente seria reduzida ou até mesmo inexistente, contribuindo desta forma para a sua “*expansão de horizontes*” (Ragnar, 28). A disponibilidade e a generosidade demonstradas ao receber alguém em sua casa, sem esperar qualquer tipo de reciprocidade, é algo que surpreende constantemente os utilizadores da plataforma: “*é bom saber que há tanta gente disposta a ajudar as pessoas e a oferecer a sua casa e a receber alguém durante uns dias*” (Ana, 20). Também Ragnar terá falado sobre uma maior percepção da generosidade do mundo proporcionada pelo *CouchSurfing*, abrindo-lhe assim a mente para a expansão do número de oportunidades existentes à sua volta. A não cedência à cultura do medo, por parte de um número tão grande de pessoas, é algo que fascina e, simultaneamente, dá esperança ao *couchsurfer*: “*é bom saber que há gente que não cede ao medo constante de que alguém faça algum mal ou roube alguma coisa... aumenta um bocado a esperança*” (Ana, 20). Ainda neste sentido, torna-se pertinente um excerto do discurso de Anna, que terá melhorado profundamente a sua capacidade de confiança devido à sua intensa atividade como *couchsurfer* (quer como *host*, quer como *surfer*): “*O CouchSurfing ensinou-me a confiar nas pessoas. (...) mudou a minha perspetiva sobre elas: as pessoas são respeitosas, as pessoas são de confiança, as pessoas são boas, as pessoas não querem magoar... costumava ser muito fechada e foi isso que mudou.*” (Anna, 33). Estabelecer contacto e conhecer pessoas provenientes de tantos locais diferentes, acaba por gerar a mesma sensação que o processo de globalização – a quebra de barreiras fronteiriças e, conseqüentemente, a diminuição do tamanho do Mundo: “*O CouchSurfing tornou o Mundo mais pequeno. Penso que agora tenho conexões em mais sítios e sinto-me mais confortável ao estabelecer contacto com essas pessoas.*” (Morgan, 22)

Neste tópic, tornou-se muito clara a enorme contradição entre a opinião dos *surfers* e a dos *hosts*. Enquanto que apenas um dos *surfers* não considera que o *CouchSurfing* tenha alterado em nada a sua forma de olhar para o Mundo, o oposto ocorre no grupo dos *hosts*: apenas um considera que algo terá mudado devido ao intercâmbio de hospitalidade presentemente estudado. Poderá, porventura, o facto de terem menos experiência em hospedar-se em casa de outros *hosts*

ser uma das causas para esta negação, a par de um menor hábito na prática da viagem, independentemente da forma de alojamento.

Foi feita ainda, por Caterina, uma diferenciação entre *férias* e *viagem*, resultante da sua prática no *CouchSurfing*. Enquanto que as férias têm, para a *couchsurfer*, o intuito do descanso e do relaxamento, a viagem trata-se de compreender a cultura e as pessoas do local através da exploração neste sentido. Assim, é mencionada uma “*completa alteração do estado da mente*” e uma “*maior liberdade perante a sociedade*” (Caterina, 21), causadas pela prática da viagem exercendo, nomeadamente, as operações proporcionadas pela plataforma.

#### 4.3. COUCHSURFING VS. AIRBNB

*CouchSurfing*, *hostel* e *Airbnb* foram as respostas dadas pelos entrevistados (*surfers* e *hosts* do *CouchSurfing*) quando inquiridos sobre o modo de acomodação favorito estando em viagem. É muito clara a diferença das respostas dadas sobre este assunto entre cada um dos grupos: enquanto que em 5 *surfers*, apenas um não tem como preferência o *CouchSurfing*, em 5 *hosts* é apenas um que tem. Para os últimos, a forma de alojamento predileta é o *hostel*, exceto no caso de Ana, que opta pelo *CouchSurfing* “*em caso de grupos mais pequenos, se for com mais uma ou duas pessoas*”, ou pelo *Airbnb* “*com grupos grandes (...) porque, por um preço mais baixo, [tem] boas condições*” (Ana, 20). O mesmo acontece com dois dos *surfers* entrevistados, sendo que os restantes elegem o *CouchSurfing* “*sem sombra de dúvida*” (Caterina, 21), apesar do desconforto que, por vezes, pode implicar. Para Morgan, Anna e Caterina, o que importa nas suas estadias são as experiências proporcionadas pelas pessoas que conhecem, sendo o *CouchSurfing* a melhor forma de as viver. Apenas Ilia tem preferência por outro meio de acomodação – o *Airbnb*, sendo que aprecia “*dormir num quarto próprio (...), barato e simples*” (Ilia, 28).

A fim da concretização do presente subcapítulo, que tem como foco uma breve comparação entre o *CouchSurfing* e o *Airbnb*, foi formado um terceiro grupo de entrevistados – Marcos, Tomás e Júlia –, alargando assim a amostra para 13 elementos. Trata-se o *Airbnb* de um “(...) mercado comunitário de confiança para as pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem alojamentos únicos em todo o mundo (...)”<sup>27</sup> (<https://www.Airbnb.pt/>, recuperado em 30/05/2017), com mais de 3 milhões de anúncios e 160 milhões de hóspedes em mais de 191 países. À semelhança do *CouchSurfing*, qualquer pessoa tem a oportunidade de dispor um espaço extra para alojamento de um turista/viajante, sendo este, no entanto, remunerado. Fundado em 2008, o *Airbnb* tem como finalidade máxima a “*ligação entre fornecedores de um espaço de alojamento e aqueles que necessitam de acomodação a curto-prazo*”<sup>28</sup> (Brochado, Trollo e Shah, 2017: 1), e tem estado em constante crescimento, tendo um nível de satisfação dos seus

---

<sup>27</sup> Tradução livre

<sup>28</sup> Tradução livre

utilizadores bastante elevado, demonstrado pelas suas constantes avaliações positivas (Brochado, Trolio e Shah, 2017).

No ano de 2011, com a alteração da natureza da organização do *CouchSurfing* – transformação de organização sem fins lucrativos em organização com fins lucrativos –, e dado o desagrado de grande parte dos utilizadores da plataforma, seria de esperar a passagem de um grande número de *hosts* de uma plataforma para outra (*CouchSurfing* para *Airbnb*), passando assim a ser remunerados monetariamente pelo espaço disponibilizado. Tendo sido este um dos temas mencionados na entrevista realizada aos *hosts* do *Airbnb*, foi claro que não terá sido este o caso na cidade do Porto: apenas um dos entrevistados tinha conhecimento da alteração ocorrida em 2011, não tendo tido qualquer influência na sua decisão relativa à substituição do *CouchSurfing* pelo *Airbnb*. Todos os casos estudados terão tido como motivação à receção de hóspedes através do *Airbnb* a “*necessidade de rendimentos extra*” (Marcos, 30), sendo acrescentado por Júlia como uma alternativa favorita ao aluguer a longo prazo (colega de casa). Apenas Marcos utiliza, atualmente, ambas as plataformas, sendo que prioriza os hóspedes do *Airbnb*. É nítido, desta forma, que na passagem de um para outro, o serviço remunerado sobrepor-se-á ao gratuito, acabando, por norma, por ser substituído. Na passagem do *CouchSurfing* para o *Airbnb*, o melhoramento de determinadas condições da habitação torna-se um ritual inevitável, tanto a nível de decoração – “*comprei candeeiros, roupa de cama mais agradável (...) coloquei quadros nas paredes*” (Marcos, 30); –, como de regras da casa – “*proibido fumar dentro de casa, não fazer barulho à noite, por exemplo*” (Tomás, 22). No caso do *Airbnb*, um primeiro encontro entre o hóspede e o anfitrião implica a entrega das chaves da casa – a posse da chave por parte do hóspede não está implícita na dinâmica do *CouchSurfing* (demonstrando um elevado nível de confiança no *surfer* por parte do *host* quando este lhe entrega a chave), sendo que está na do *Airbnb* visto que o pagamento implica acesso ao alojamento em qualquer altura, independentemente da presença do anfitrião –, uma breve explicação das regras da casa e uma pequena introdução à cidade. Na grande maioria dos casos, a comunicação entre as partes é de cariz profissional, sendo a interação entre ambas bastante curta:

*“Normalmente a única grande interação que tenho com eles é ao dar-lhes uma pequena introdução à cidade. A maioria não passa disso”* (Tomás, 22)

*“Gosto de prestar informação sobre a cidade, saber quais as expectativas. Mas não forço o estabelecimento de uma relação de amizade (...) sinto que esta relação é mais expectável com os hóspedes de CS, por ser menos profissional”* (Marcos, 30)

No entanto, é existente a possibilidade da passagem de uma relação profissional para uma relação pessoal, dependendo sempre, naturalmente, da vontade das partes para tal. Embora seja mais raro, na existência de “*muita empatia, [o anfitrião pode] acompanhá-los num copo, ou até num jantar*” (Marcos, 30), acontecendo, em casos excecionais, haver um maior interesse “*ao ponto de*

*ficar[em] amigos*” (Tomás, 22). A preferência pelo *Airbnb* quando das viagens em grupo é frequente devido à improbabilidade de cancelamento, à atrativa relação qualidade-preço e à privacidade proporcionada. Terão sido, no entanto, apontados por parte dos anfitriões entrevistados, alguns defeitos ao funcionamento da plataforma, nomeadamente (1) a falta de “*uma linha telefónica de assistência*” no caso de “*falhas no site, ou (...) problemas com hóspedes*” (Júlia, 26), (2) o impacto excessivo de *reviews* negativas, em casos injustificados, particularmente por parte de hóspedes que pernoitem apenas por uma noite, e (3) a falta de fóruns e eventos, à semelhança do *CouchSurfing*, que levassem a um maior contacto entre utilizadores – “*eu vou conhecendo pessoas na cidade que fazem Airbnb, mas nunca as conheço através do site*” (Júlia, 26).

Apesar das semelhanças sugeridas, numa primeira análise, entre as plataformas presentemente comparadas, os seus propósitos são completamente diferentes sendo, portanto, do ponto de vista de Júlia, “*ambas eficazes naquilo que são*” (Júlia, 26). Também Marcos menciona a dissemelhança dos objetivos e expectativas de cada um dos conceitos, sendo que não considera correta, por exemplo, a indicação da “*falta de interação humana*” como um defeito do funcionamento do *Airbnb*, visto que “*não é disso que est[á] à espera desta plataforma*” (Marcos, 30). As expectativas criadas para cada um dos conceitos e práticas estão na base da sua diferença, sendo que um *couchsurfer* espera um companheiro e um utilizador de *Airbnb* espera um cliente/fornecedor. Terão sido estabelecidos, no entanto, em todas as entrevistas, pontos de comparação entre ambos os modelos de hospitalidade, sendo o tipo de comunicação e consequente relação entre o anfitrião/*host* e o hóspede/*surfer* o paralelismo primordial. A relação proporcionada pelo *CouchSurfing* é considerada “*muito mais pessoal (...), é preciso realmente trabalhar com o host, compatibilizar um horário, lidar com o que quer que se esteja a passar*” (Morgan, 22). Já no *Airbnb*, devido ao envolvimento monetário, é criado um ambiente de natureza profissional, levando a que não se torne intrínseca a necessidade de ver e conhecer a pessoa com quem se estabelece contacto. Neste sentido, o *CouchSurfing* cria automaticamente no *host* um sentido de responsabilidade pelo *surfer*, em oposição ao que se sucede no *Airbnb*. Este fenómeno é explicado por Júlia:

*“Quando recebi pessoas em CouchSurfing sentia-me mais responsável por elas... em mostrar-lhes a cidade e ir sair e passar tempo com elas, como se fossem amigos meus a visitar. E isso é divertido, mas é preciso ter tempo... e quando as pessoas iam embora eu ficava sempre um bocadinho triste. No Airbnb eu não sinto essa pressão para socializar, é uma coisa que acontece se ambos quisermos, mas não tem necessariamente de acontecer.”* (Júlia, 26)

O hóspede de *Airbnb* causa também um impacto diferente do *surfer*, sendo o último considerado “*mais interessante e honesto*” (Tomás, 22), e “*mais amigável, mais disposto a conhecer o anfitrião e a passar tempo com ele*” (Marcos, 30). No *Airbnb* o leque de pessoas é maior, levando a que surja uma maior variedade – “*desde pessoas muito interessantes e amigáveis a palhaços*

*autênticos que, por estarem a pagar, pensam que podem exigir qualquer coisa* (Tomás, 22). Será mais uma vez a associação a um serviço, resultante do facto de estar o hóspede a pagar pela estadia, que levará a esta postura e comportamento perante o anfitrião, por norma inexistente no *CouchSurfing*.

De uma forma geral, o *CouchSurfing* é utilizado e preferido como forma de alojamento em viagens a solo ou com um acompanhante, enquanto que o *Airbnb* é utilizado aquando da viagem em grupo. A passagem de uma plataforma para outra, quer como hóspede, quer como anfitrião, pouco terá a ver com a transformação da natureza da organização do *CouchSurfing*, em 2011, sendo bastante mais impulsionadora a motivação monetária (anfitrião) ou a preferência por um serviço certo por uma boa relação qualidade-preço (hóspede). Rituais como o melhoramento das condições da casa, uma receção mais profissional e o estabelecimento de uma comunicação de registo formal fazem parte da passagem de um *host* de *CouchSurfing* para um hóspede de *Airbnb*, levando à primordial diferença entre os modelos de hospitalidade: o tipo de relacionamento criado entre as partes, devido ao fator monetário envolvido – o *CouchSurfing* reflete-se numa relação de cariz pessoal, enquanto que o *Airbnb* resulta numa relação de natureza profissional.

## CAPÍTULO V CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÕES

Tendo em vista a produção de conhecimento referente à prática do *CouchSurfing* na cidade do Porto e à sua influência nos jovens viajantes, quer a nível prático, quer a nível perspético, relativamente à prática da viagem e ao contacto intercultural, ter-se-á partido de uma intensa reflexão, após uma revisão de literatura integral, seguindo-se a execução de um pleno enquadramento teórico, abrindo assim caminho para uma pesquisa de cariz qualitativo composta por uma análise *online* da plataforma e seus utilizadores, 13 entrevistas semiestruturadas e observação participante. Desde cedo terá sido possível perceber a rápida expansão do conceito e prática do intercâmbio de hospitalidade, muito graças à imensurável multiplicação das redes sociais *online* nas décadas mais recentes, alusivas a todo o tipo de áreas e temas, inclusivamente ao presentemente abordado – o intercâmbio de hospitalidade gratuita (e remunerado). O *CouchSurfing* surge, então, sob a forma de plataforma e rede social *online*, capaz de coligir um elevado número de pessoas dispostas a oferecer um espaço na sua casa a viajantes que pretendam visitar o seu local de residência. Integra-se assim na *sharing economy*, devido à sua natureza básica de partilha e colaboração com o próximo, aliada à ideia de reutilização de espaços momentaneamente inutilizados – mutualização de recursos –, e de constante produção de conhecimento através da intercomunicação humana e conseqüente contacto cultural.

Sendo a prática do *CouchSurfing* claramente bastante ativa na cidade do Porto, esta alberga *surfers* confortáveis com a viagem a solo e a baixo custo, habituados à adaptação a qualquer tipo de situações, com apreço pela aventura, pelo desconhecido e pela produção contínua de conhecimento. Prezam a existência do *CouchSurfing.com* como ferramenta proporcionadora de companhia e alojamento. Os *hosts* do Porto, que o fazem tendo em vista a fuga à rotina, a companhia e a criação de novas relações, têm características bastantes semelhantes aos *surfers* que recebem, estando a viagem alternativa, barata e promotora de experiências socioculturais na base da sua viagem-modelo. A relação criada entre *host* e *surfer* é fugaz mas intensa, nomeadamente durante a segunda fase (introspeção), da qual fazem parte, por norma, conversas de cariz íntimo e pessoal, resultantes da partilha constante de tempo e espaço ao longo da estadia do *surfer*. A companhia de um para com o outro é intrínseca ao conceito, sendo até considerado como falta para com os princípios do *CouchSurfing* não fazer por conhecer e criar uma relação pessoal com o *host/surfer*. A manutenção de contacto entre as partes é comum, porém esporádica, estando na sua génese a atualização da localização e estado geral um do outro, levando a um possível encontro posterior, em qualquer parte do mundo. O sistema de referências mostrou-se ser o pilar basilar do funcionamento da plataforma e do conceito, sendo que, na sua ausência, a confiança entre os utilizadores da plataforma – sendo estes, previamente ao primeiro contacto pessoal, completos desconhecidos – seria praticamente inexistente. Não sendo o sistema de referências 100% fiável devido a situações como a inflação de avaliação ou a retaliação em casos

de avaliação negativa, entra o perfil como segundo método de estabelecimento de confiança, sendo este extremamente importante na tentativa de percepção do espírito e mentalidade do utilizador – a autoapresentação torna-se assim um fator significativo neste meio.

A eliminação de fronteiras através da aproximação de culturas mostrou-se uma dinâmica presente entre a comunidade, resultando numa constante aprendizagem cosmopolita tanto por parte do *host*, como por parte do *surfer*. Desta forma, esta prática, com origem numa plataforma *online* e resultado numa relação interpessoal, colabora de forma ativa com o processo de globalização em constante eminência nos dias de hoje. A cultura da viagem e da produção de conhecimento é progressivamente mais apreciada, levando a que conceitos como o do *CouchSurfing* sejam postos em prática com cada vez mais frequência. A prática da viagem vive, atualmente, uma fase de viragem, tendo nela o intercâmbio de hospitalidade um peso fulcral. A conceção de viver um destino visitado como um habitante local, na companhia de um, leva, muitas vezes, à adesão e manutenção do utilizador nesta rede social, fazendo da prática do *CouchSurfing* algo tendencial às suas viagens. Também o facto de ser gratuito se mostrou preponderante, apesar de não ser a principal motivação do *couchsurfer* para o ser, levando a que muitas viagens, por vezes inimagináveis devido a fatores económicos, se concretizem. O *CouchSurfing* influencia ainda esta prática devido à constante troca de histórias sobre viagens entre membros, deixando alguma curiosidade sobre possíveis locais a visitar, assim como à sua funcionalidade de eventos e *meet ups*, que permitem ao utilizador conhecer pessoas no local onde se encontra, inclusivamente outros viajantes na mesma condição. Através da prática do *CouchSurfing*, o Mundo mostra-se mais pequeno, mais variado e mais generoso. Ao estabelecer contacto e criar conexões com pessoas provenientes de um número tão variado de países, o *couchsurfer* apercebe-se que toda e qualquer cultura tem o seu interesse devido a pequenas condições que a caracteriza. Neste sentido, temas como História, Geografia e Política integram as conversas entre *couchsurfers*, assim como pequenos ensinamentos práticos como a gastronomia ou a língua, levando a que a aprendizagem cosmopolita seja permanente e ativa nas relações estabelecidas. A mente do *couchsurfer* torna-se cada vez mais aberta, num sentido de apreço e admiração por estilos de vida diferentes e novas formas de olhar o Mundo.

Ao longo dos seus 14 anos de existência, a plataforma *Couchsurfing.com* foi, naturalmente, sofrendo alterações tendo em vista o seu desenvolvimento e consequentes melhorias. Aquando da abordagem desta questão – alterações do *CouchSurfing* –, os utilizadores entrevistados terão referido mudanças de cariz virtual (plataforma) e de cariz real (organização e utilizadores da plataforma). A transformação da estrutura da organização, em 2011, terá sido, indubitavelmente, a maior e mais radical mudança do *CouchSurfing*, originando, numa vasta parte dos utilizadores, um grande receio de uma consequente alteração da sua filosofia e essência, tornando-as mais lucrativas. Também o aumento constante do número de utilizadores terá provocado uma modificação no funcionamento do conceito – tornou-se cada vez mais comum,

por exemplo, a falta de resposta a um pedido de alojamento, quer pela existência de um número extremamente elevado de pedidos, quer pelo grande conjunto de utilizadores que criam uma conta e rapidamente deixam de fazer uso dele. Pequenas alterações, como o funcionamento do sistema de referências e o incremento da facilidade da criação de um perfil, terão sido também mencionadas. O futuro da plataforma é bastante discutível, de momento, estando as previsões apontadas num sentido negativo, devido à sua eminente utilização como um *dating site* ou como uma forma de alojamento gratuita, ou à concorrência cada vez maior por parte do *Airbnb*. No entanto, a esperança de que não se verifiquem é uma constante por parte dos membros – a manutenção da base de funcionamento e da essência do *CouchSurfing* é o desejo da comunidade, apesar das várias indicações no sentido oposto.

O constante crescimento do *Airbnb* – serviço de hospitalidade baseado numa plataforma e rede social *online*, cujos membros disponibilizam a viajantes e turistas um espaço livre na sua casa (ou numa casa que é sua, mas se encontra inabitada), em troca de uma quantia monetária – tem sido evidente ao longo da última década, levando a que um elevado número de utilizadores do *CouchSurfing* permutem de um para outro, quer na condição de anfitrião, quer na condição de hóspede. Verificou-se que a passagem do *CouchSurfing* de organização de fins lucrativos para organização de cariz comercial (empresa) não terá tido influência na transição dos utilizadores de um serviço para outro, sendo que a sensação de estabilidade e condições providenciadas por uma forma de alojamento pago, nomeadamente em situações de viagens em grupo, e remuneração pelo espaço concedido terão estado na génese da substituição mencionada. A maior diferença entre um sistema e outro, salvo a implicação de um pagamento no caso do *Airbnb*, mas proveniente deste, é a natureza da relação criada entre anfitrião e hóspede. Em oposição ao *CouchSurfing*, cuja relação estabelecida é tipicamente de cariz pessoal com base na partilha de tempo e espaço, no *Airbnb* é esperada uma interação bastante curta e de cariz profissional. O *Airbnb* é visto como um serviço, não existindo a expectativa ou intenção de partilha de conhecimento por qualquer uma das partes. Não obstante, é sempre possível uma ligação deste género a partir do *Airbnb* caso seja esta a vontade e empatia gerada entre hóspede e anfitrião. Uma linha telefónica de assistência, um sistema de referências mais justo e a criação de uma funcionalidade que permita uma maior interação entre anfitriões do *Airbnb* terão sido as melhorias propostas para a plataforma pela amostra entrevistada.

Desta forma, e tendo sido cumpridos todos os objetivos propostos, ficam apresentadas as conclusões resultantes da pesquisa efetuada sobre os efeitos do intercâmbio de hospitalidade, nomeadamente do *CouchSurfing*, na prática da viagem e nas perspetivas interculturais por parte dos jovens viajantes. Espera-se que sirvam como material exploratório contributivo em pesquisas e investigações futuras sobre temas que a este estejam associados, sobretudo pouco explorados – poderão ser destes exemplo «A hospitalidade em Portugal»; «A inserção de Portugal na *sharing economy*»; «Os efeitos do *Airbnb* na economia do turismo portuguesa»; «O deterioramento do

*CouchSurfing* em prol do *Airbnb*»; «A utilização do *CouchSurfing* como um *dating site*»; ou «A discriminação de género no intercâmbio de hospitalidade».

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Babbie, Earl (2013), “The practice of Social Research”, California: Wadsworth Cengage Learning

Baker, Vicky (2011, Agosto 26) [online], “Not-for-profit Couchsurfing becomes a company (with a conscience)”, - The Guardian, consultado em 15.06.2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/travel/2011/aug/26/couchsurfing-investment-budget-travel>

Barnett, George A. (2011), “Encyclopedia of social networks”, Thousand Oaks, California: Sage

Bialsky, Paula (2007), *Intimate tourism: friendships in a state of mobility – the case of the hospitality network*, Tese de Mestrado, Departamento de Psicologia Social, Instituto de Sociologia, Universidade de Varsóvia

Botsman, Rachel (2015, maio 27) [online], “Defining the Sharing Economy: What is Collaborative Consumption-And what isn't”, *Co.Exist*, consultado em 26.01.2017, disponível em <https://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>

Boyd, Danah (2010), “Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications”, em Zizi Papacharissi, *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 39-58

Brochado, Ana, Troilo, Michael e Shah, Aditya (2017) “Airbnb customer experience: Evidence of convergence across three countries”, em *Annals of Tourism Research*

Bryman, Alan (2012), “Social Research Methods”, Oxford: Oxford University Press

Burns, Hilary (2014, outubro 29) [online], “She's trying to turn Couchsurfing into a profitable business. And she's got her hands full”, *Bizwomen – the business journals*, consultado em 13.01.2017. Disponível em: <http://www.bizjournals.com/bizwomen/news/profiles-strategies/2014/10/shes-trying-to-turn-couchsurfing-into-a-profitable.html?page=all>

Castells, Manuel (2014), “The Impact of Internet in Society: a Global Perspective”, em *Change: 19 key essays on how internet is changing our lives*, Open Mind BBVA

Corritore, Cynthia L., Kracher, Beverly e Wiedenbeck, Susan (2003), “Online trust - concepts, evolving themes, a model”, *International Journal of Human-Computer Studies*, 58, pp.737-758

Creswell, John W. (2003), “Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches”, Thousand Oaks, California: Sage

Dahlstrom, Daniel O. (2013), “The Heidegger Dictionary” .- [S.L.]: A&CBlack, p.83

Figueiredo, Ana (2008), *Sobre buscas e sentidos emu ma rede mundial de viajantes: the Couchsurfing Project*, Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Recife, Universidade Federal de Pernambuco

Giddens, Anthony (1991), “Modernity and Self-Identity”, Stanford, Calif.: Stanford University Press

- Goffman, Erving (1993), “A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias”, Lisboa: Relógio D’Água.
- Goudin, Pierre (2016), “The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy: Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities”, Brussels: European Parliamentary Research Service
- Hamari, Juho, Sjoklint, Mimmi e Ukkonen, Antti (2016), “The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), pp. 2047-2059
- Hogan, Bernie (2010), “The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online”, em *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30, 377-386
- Kant, Immanuel (1903), “Perpetual Peace: A philosophical essay, 1795”, London: S. Sonnenschein
- Lauterbach, Debra et al. (2009), “Surfing a web of trust: reputation and reciprocity on Couchsurfing.com”, *2009 International Conference on Computational Science and Engineering*
- Liu, Jingqi (2012), *The intimate stranger on your couch: na analysis of motivation, presentation and trust through Couchsurfing*, Tese de Mestrado, Suécia, Departamento de Informática e Media, Universidade de Uppsala
- Marteletto, Regina M., “Análise de Redes Sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação” (2001), *C.I. Inf.*, v.30, nº1, pp. 71-78
- Mbembe, Archille (2000), “At the Edge of the World: Boundaries, Territoriality, and Sovereignty in Africa”, *Globalization*, v.12, nº1; pp. 259-284
- McLuhan, Marshal (1962), “The Gutenberg galaxy”, Toronto: University of Toronto Press
- Molz, Jennie (2012), “Solidarity on the move: technology, mobility and activism in a hospitality exchange network”, em Wannini, Philip et al. (2012), *Technologies of Mobility in the Americas*, New York: Peter Lang
- Picard, David e Buchberger, Sonja (2013), “Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a Better World?”, Bielefeld: Transcript Verlag
- Schopf, Simon (2014), *The Commodification of the Couch: The Commons vs. Commodification: A Dialectical Analysis of Hospitality Exchange Networks*, Master’s Thesis, Sweeden, Departament of Informatics & Media, Uppsala University
- Schor, Juliet e Fitzmaurice, Connor (2014), “Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy”, em *Handbook on Research on Sustainable Consumption*, ed. Reisch, Lucia e Thøgersen, John, Cheltenham: Edward Elgar, 2015
- Sepúlveda, Rita (2016), *A autoapresentação dos Portugueses nas plataformas de online dating*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, Departamento de Sociologia, ISCTE-IUL
- Share the World’s Resources (2012) [online], “Financing the global sharing economy”, London: STWR, consultado em 26.01.2017, disponível em: [www.stwr.org/financing-the-global-sharing-economy](http://www.stwr.org/financing-the-global-sharing-economy)

- Stern, Raquel F. (2009), “Turismo e pós-modernidade: uma análise do intercâmbio de hospitalidade – o caso do Couchsurfing”, *Itinerarium*, v.2
- Tomaél, Maria I., Alcará, Adriana R. e Chiara, Ivone G. di (2005), “Das redes sociais á inovação”, *C.I. Inf.*, v.34, nº2, pp.93-104
- Woskow, Debbie (2014) [online], “Unlocking the sharing economy: An independent review”, consultado em 27.01.2017, disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/unlocking-the-sharing-economy-independent-review>
- Youtube (2008, Fevereiro 15), “Conversations with History: Manuel Castells [arquivo de video online], consultado em 17.12.2016, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0GBB7U5mv0w>
- Zuev, Dennis (2012), “Couchsurfing as a spatial practice: accessing and producing xenotopos”, *Hospitality & Society*, v1, nº3, pp. 227-244
- Zuev, Dennis (2013), “Couchsurfing Along the Trans-Siberian Railway and Beyond Cosmopolitan Learning through Hospitality in Siberia”, *Sibirica*, v.12, nº1, pp. 56-82



## ANEXOS

### ANEXO A – TABELA – RESUMO DOS *HOSTS* (*COUCHSURFING*) ENTREVISTADOS

	Detalhes Pessoais				
	Ana	Aurélio	Leandro	Miguel	João
<b>Género</b>	Feminino	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
<b>Idade</b>	20 anos	28 anos	30 anos	30 anos	35 anos
<b>Nacionalidade</b>	Portuguesa	Portuguesa	Brasileira	Portuguesa	Portuguesa
<b>Ocupação</b>	Estudante	Engenheiro informático	Programador	Médico	Profissional de exercício físico, PT
<b>Condições de habitação</b>	Com os pais num apartamento	Sozinho num apartamento T1	Sozinho num apartamento T0/estúdio	Sozinho num apartamento T1	Apartamento com a mãe (de momento)
<b>Formação</b>	A terminar a licenciatura em Ciência da Informação	Licenciatura em Engenharia Informática	Licenciatura em Sistemas de Informação Pós-graduação em Análise de Sistemas com ênfase em Projetos	Mestrado integrado em Medicina	Licenciatura em Educação Física e Desporto
<b>Línguas</b>	Português e inglês	Português, inglês e um pouco de espanhol	Português e inglês	Português, inglês, espanhol e um pouco de francês	Português, espanhol, francês e inglês
<b>Experiência no CouchSurfing</b>	Hospedou 6 ou 7 vezes. <i>Surfou</i> 2 vezes.	Hospedou entre 10 a 15 vezes. Nunca <i>surfou</i> .	Hospedou cerca de 20 pessoas. Nunca <i>surfou</i> .	Hospedou cerca de 30 pessoas (individuais) mais 20 grupos de 2 ou mais pessoas. <i>Surfou</i> 4 vezes.	Hospedou mais de 300 pessoas. <i>Surfou</i> 2 ou 3 vezes.

ANEXO B – TABELA – RESUMO DOS *SURFERS* ENTREVISTADOS

	Detalhes pessoais				
	Morgan	Ilia	Anna	Ragnar	Caterina
<b>Género</b>	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
<b>Idade</b>	22 anos	28 anos	33 anos	28 anos	21 anos
<b>Nacionalidade</b>	EUA, Califórnia	Bielorrussa	Polaca	Dinamarquesa	Italiana
<b>Ocupação</b>	Fase de transição entre estudos e início de carreira	Profissional na área da Otimização de motores de busca	Profissional na área da Tecnologia da Informação	Estudante	Estudante
<b>Condições de habitação</b>	Casa dos pais	Sozinho num apartamento	Apartamento partilhado com o namorado, «mas ainda penso nele como apenas meu»	Apartamento próprio, partilhado com colegas de casa	Casa dos pais
<b>Formação</b>	Licenciatura em Relações Internacionais	Licenciatura em jornalismo	Licenciatura em Inglês e Mestrado em Tecnologia da Informação.	A terminar a licenciatura em estudos portugueses e brasileiros	Licenciatura em artes plásticas
<b>Línguas</b>	Inglês e espanhol	Russo, bielorrusso e inglês	Polaco, francês e inglês	Dinamarquês, inglês e um pouco de português, francês e italiano	Italiano, inglês, espanhol e alemão
<b>Experiência no CouchSurfing</b>	Nunca hospedou. <i>Surfou</i> oficialmente 3 vezes. <i>Surfou</i> não-oficialmente 4 vezes.	Nunca hospedou. <i>Surfou</i> 3 vezes.	Hospedou mais de 50 pessoas. <i>Surfou</i> 5 vezes.	Hospedou cerca de 40 vezes. <i>Surfou</i> cerca de 40 vezes.	Hospedou cerca de 30 vezes. <i>Surfou</i> cerca de 30 vezes.

ANEXO C – TABELA – RESUMO DOS ENTREVISTADOS – AIRBNB

	Detalhes pessoais		
	Júlia	Marcos	Tomás
<b>Género</b>	Feminino	Masculino	Masculino
<b>Idade</b>	26 anos	30 anos	22 anos
<b>Nacionalidade</b>	Portuguesa	Portuguesa	Portuguesa
<b>Ocupação</b>	Ilustradora <i>freelancer</i>	Médico	Músico
<b>Condições de habitação</b>	T3 dividido com a irmã	Sozinho num apartamento T1	T4
<b>Formação</b>	Licenciatura em Design de Comunicação	Mestrado integrado em Medicina	12º ano
<b>Línguas</b>	Inglês e português	Português, inglês, espanhol e um pouco de francês	Português, inglês, francês e espanhol
<b>Experiência no CouchSurfing</b>	De julho 2016 a setembro 2016. Hospedou 3 vezes. <i>Surfou</i> 4 vezes.	De setembro de 2015 à atualidade. Hospedou cerca de 50 pessoas. <i>Surfou</i> 4 vezes.	Desde 2008 à atualidade. Um mês a hospedar pessoas todas as semanas.
<b>Experiência no AirBnB</b>	Desde 2016. Hospedou cerca de 100 pessoas.	Desde abril de 2015. Hospedou 43 pessoas de 20 grupos.	Desde setembro de 2016. Hospedou entre 300 e 400 pessoas.

## ANEXO D – MENSAGEM MODELO ENVIADA AOS *HOSTS* DO *COUCHSURFING*

Olá \_\_\_\_\_,

O meu nome é Isabel Tootill, sou do Porto, e estou a terminar o mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Estou de momento a escrever a minha dissertação de mestrado que é sobre o intercâmbio de hospitalidade, mais precisamente o Couchsurfing na cidade do Porto. O meu objetivo é perceber se (e como) está o CS a modificar a mentalidade dos jovens relativamente à prática da viagem, ao contacto intercultural e ao mundo, em geral. Para tal preciso de encontrar 5 hosts do Porto disponíveis para serem entrevistados. Li o teu perfil e parece-me uma mais valia para o meu projeto. Tratar-se-ia mais de uma conversa mediada sobre viagens, hospitalidade e interculturalidade. Aceitas? Se sim, qual a tua disponibilidade?

Agradeço desde já a atenção.

Cumprimentos,

Isabel

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como te descreverias, como viajante?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Porque é que viajas?</li> <li>b. O que te vem à cabeça quando pensas numa nova viagem?</li> </ol> </li> </ol>
<b>Práticas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Por que razão te juntaste ao CS?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Por que razão te manténs no CS?</li> <li>b. De que formas utilizas a plataforma/rede do CS? (encontrar hóspedes, encontrar outros viajantes; encontrar pessoas locais; grupos; encontros; etc.)</li> <li>c. Por que razão hospedas/recebes pessoas? Como te sentes em relação a isso?</li> </ol> </li> <li>3. Quantas vezes recebeste alguém através do CS? Quantas vezes te hospedaste em casa de alguém através do CS?</li> <li>4. O que te faz hospedar/não hospedar alguém? Como fazes a seleção?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Com que frequência referencias alguém? (sempre; sempre a pedes referências de volta; só quando gostas do hóspede; às vezes; nunca)</li> </ol> </li> <li>5. Como é, normalmente, a comunicação com os hóspedes?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Antes do primeiro encontro                 <ol style="list-style-type: none"> <li>i. O que tentas saber sobre o hóspede?</li> <li>ii. O que tentas acordar com o hóspede antes do encontro?</li> <li>iii. Que tipo de linguagem utilizas?</li> </ol> </li> <li>b. Depois do primeiro encontro                 <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Como costumavas receber os teus hóspedes?                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Onde/como se encontram?</li> <li>2. Dás-lhes a chave de tua casa?</li> <li>3. Costumas cozinhar para eles? Ou leva-los a jantar/almoçar fora?</li> <li>4. Providencias-lhes acesso total à casa? (inclusive ao frigorífico)</li> <li>5. Que acomodação providencias aos teus hóspedes? (sala, quarto privado, chão, a tua cama)</li> </ol> </li> <li>ii. Sentes, por norma, uma ligação profunda com outros <i>couchsurfers</i>?                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se sim, porque é que achas que isso acontece?</li> </ol> </li> <li>iii. Tentas ligar-te aos teus hóspedes através de conversas íntimas? Tentas trocar histórias pessoais com eles?</li> <li>iv. Ainda te manténs em contacto com alguém que tenhas hospedado no passado?</li> <li>v. Esperas receber hospitalidade em troca?</li> </ol> </li> <li>c. No geral, o que esperas de uma relação nascida/criada através do CS?</li> </ol> </li> <li>6. Quanto tempo passas com os teus hóspedes?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Como organizas os teus dias quando tens CS em casa? Tens algum “<i>template</i>” ou é sempre diferente?</li> <li>b. Tens algum grupo de restaurantes, rotas e locais a indicar ou levar os teus hóspedes definido?</li> </ol> </li> </ol>

<p><b>Mudanças na prática da viagem/mudanças pessoais</b></p>	<p>7. Aprendes alguma coisa com as experiências do CS? O quê?</p> <p>8. Em que medida é que o CS mudou a tua visão/prática relativamente à viagem ao longo do tempo?</p> <p>9. Como é que a tua perceção relativamente às outras culturas se desenvolveu desde que te juntaste ao CS?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>O que é que esperas de um hóspede?</li> <li>Da tua experiência, onde é que achas que as pessoas são mais/menos respeitadoras como hóspedes? O que significa para ti ser um hóspede respeitador?</li> </ol> <p>10. O CS mudou, de alguma forma, a tua visão do mundo em geral? Como?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Para ti, o que significa hospitalidade? Como medes isso relativamente a ti próprio?</li> <li>O que fazes para te sentires um bom anfitrião?</li> <li>Consideras os portugueses um povo acolhedor?</li> </ol>
<p><b>Diferentes versões de hospitalidade</b></p>	<p>11. Qual é a tua forma de alojamento favorita quando viajas?</p> <p>12. Utilizas o Airbnb?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Se sim, porque é decidiste utilizá-lo?</li> <li>Para o que é que o utilizas? (alojamento; receber hóspedes; ambos)</li> <li>Qual preferes?</li> <li>Como decides qual utilizar?</li> <li>Em que medida consideras o Airbnb diferente do CS? (para além do facto de ser pago)</li> </ol>
<p><b>Perguntas finais</b></p>	<p>13. Como é que o CS mudou desde que começaste?</p> <p>14. Qual é a primeira palavra/conceito que te vem à cabeça quando pensas em CS? Explica.</p> <p>15. Fala-me sobre as experiências mais importantes que tiveste no CS. (primeira; uma positiva; uma negativa)</p> <p>16. Que futuro consideras que espera o CS e as redes de hospitalidade, no geral?</p>
<p><b>Dados pessoais</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idade</li> <li>• Nacionalidade</li> <li>• Ocupação</li> <li>• Condições de habitação (apartamento/casa alugado; casa privada; casa dos pais; partilhar casa com colegas/amigos; partilhar casa com companheiro/a; filhos; etc.)</li> <li>• Formação. Línguas</li> </ul>

ANEXO F – GUIÃO DA ENTREVISTA AOS SURFERS

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como te descreverias, como viajante?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Porque é que viajas?</li> <li>b. O que te vem à cabeça quando pensas numa nova viagem?</li> </ol> </li> </ol>
<b>Práticas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Por que razão te juntaste ao CS?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Por que razão te manténs no CS?</li> <li>b. De que formas utilizas a plataforma/rede do CS? (encontrar hóspedes, encontrar outros viajantes; encontrar pessoas locais; grupos; encontros; etc.)</li> </ol> </li> <li>3. Quantas vezes recebeste alguém através do CS? Quantas vezes te hospedaste em casa de alguém através do CS?</li> <li>4. O que te faz pedir/não pedir a alguém para te hospedar? Como fazes a seleção?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Com que frequência referencias alguém? (sempre; sempre a pedes referências de volta; só quando gostas do hóspede; às vezes; nunca)</li> </ol> </li> <li>5. Como é, normalmente, a comunicação com os teus anfitriões?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Antes do primeiro encontro                 <ol style="list-style-type: none"> <li>i. O que tentas saber sobre o anfitrião?</li> <li>ii. O que tentas acordar com o anfitrião antes do encontro?</li> <li>iii. Que tipo de linguagem utilizas?</li> </ol> </li> <li>b. Depois do primeiro encontro                 <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Que tipo de acordos fazes?</li> <li>ii. Há alguma prática que insistes em fazer? (ex. cozinhar uma refeição, contar uma determinada história sobre a tua cultura)</li> <li>iii. Sentes, por norma, uma ligação profunda com outros <i>couchsurfers</i>?                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se sim, porque é que achas que isso acontece?</li> </ol> </li> <li>iv. Tentas ligar-te aos teus anfitriões através de conversas íntimas? Trocas histórias pessoais com eles?</li> <li>v. Tentas manter-te em contacto com os teus anfitriões após a tua viagem?</li> <li>vi. Ofereces hospitalidade em troca?</li> </ol> </li> <li>c. No geral, o que esperas de uma relação nascida/criada através do CS?</li> </ol> </li> </ol>
<b>Mudanças na prática da viagem/mudanças pessoais</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Aprendes alguma coisa com as experiências do CS? O quê?</li> <li>7. Em que medida é que o CS mudou a tua visão/prática relativamente à viagem ao longo do tempo?</li> <li>8. Como é que a tua perceção relativamente às outras culturas se desenvolveu desde que te juntaste ao CS?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Para ti, o que significa hospitalidade?</li> <li>b. Achas que o povo português é acolhedor?</li> </ol> </li> <li>9. O CS mudou, de alguma forma, a tua visão do mundo em geral? Como?</li> </ol>
<b>Diferentes versões de hospitalidade</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Qual é a tua forma de alojamento favorita quando viajas?</li> <li>11. Utilizas o Airbnb?             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Se sim, porque é decidiste utilizá-lo?</li> <li>b. Para o que é que o utilizas? (alojamento; receber hóspedes; ambos)</li> <li>c. Qual preferes?</li> <li>d. Como decides qual utilizar?</li> <li>e. Em que medida consideras o Airbnb diferente do CS? (para além do facto de ser pago)</li> </ol> </li> </ol>
<b>Perguntas finais</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Como é que o CS mudou desde que começaste?</li> <li>13. Qual é a primeira palavra/conceito que te vem à cabeça quando pensas em CS? Explica.</li> </ol>

	<p>14. Fala-me sobre as experiências mais importantes que tiveste no CS. (primeira; uma positiva; uma negativa)</p> <p>15. Que futuro consideras que espera o CS e as redes de hospitalidade, no geral?</p>
<b>Dados pessoais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idade</li> <li>• Nacionalidade</li> <li>• Ocupação</li> <li>• Condições de habitação (apartamento/casa alugado; casa privada; casa dos pais; partilhar casa com colegas/amigos; partilhar casa com companheiro/a; filhos; etc.)</li> <li>• Formação. Línguas</li> </ul>

## **ANEXO G – MENSAGEM MODELO ENVIADA AOS *HOSTS* DO *AIRBNB***

Olá \_\_\_\_\_,

O meu nome é Isabel Tootill, sou do Porto, e estou a terminar o mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Estou de momento a escrever a minha dissertação de mestrado que é sobre o intercâmbio de hospitalidade, mais precisamente o Couchsurfing na cidade do Porto. Um dos meus objetivos é fazer uma pequena comparação entre o Couchsurfing e o Airbnb e, como tal, preciso de encontrar 5 anfitriões do Airbnb na cidade do Porto que tenham sido anfitriões, anteriormente, do Couchsurfing – ou seja, que tenha passado do Couchsurfing para o Airbnb – que estejam dispostos a responder a algumas perguntas sobre o assunto. A entrevista será feita por escrito e será mediada – envio as perguntas e os entrevistados enviam-me as respostas de volta.

Caso corresponda a estes requisitos e tiver a disponibilidade e o interesse em ser entrevistado, será uma grande mais-valia para mim e para o meu projeto. Os nomes não serão divulgados. Aguardo uma resposta.

Agradeço desde já a atenção,

Cumprimentos,

Isabel

## ANEXO H – GUIÃO DA ENTREVISTA AOS *HOSTS* DO *AIRBNB*

1. Quando começou a hospedar através do CouchSurfing?
2. Quando começou a hospedar através do Airbnb?
3. Mudou completamente do CouchSurfing para o Airbnb ou continua a ser hospedar através de ambos?
  - a. Se deixou completamente o CouchSurfing, por que motivos o fez?
  - b. Esteve ciente, em 2011, da transição do CouchSurfing de uma organização sem fins lucrativos para uma empresa?
    - i. Se sim, este facto teve alguma influência na sua decisão de hospedar através do Airbnb em vez do CouchSurfing?
4. Por que motivos começou a receber hóspedes através do Airbnb?
5. Fez por melhorar, de alguma forma, as condições da sua habitação quando começou a hospedar através do Airbnb (remodelação/renovação/melhoramento de determinadas partes da casa)?
6. Houve alguma mudança quanto às “regras da casa” impostas aos seus hóspedes a partir do momento em que passou a recebê-los através do Airbnb?
  - a. Se sim, quais?
7. Quanto à comunicação com os seus hóspedes (Airbnb):
  - a. Como se procede a entrega da chave (pessoalmente ou através de um intermediário)?
  - b. Tenta estabelecer contacto pessoal com os seus eles?
  - c. Faz por passar algum tempo com eles?
    - i. Se sim, como?
8. Qual das plataformas prefere? Porquê?
  - a. Em que aspetos diferem os hóspedes do Airbnb dos couchsurfers? Que tipo de hóspedes prefere receber?
  - b. Sente saudade/nostalgia do tempo em que recebia apenas couchsurfers sem qualquer envolvimento económico?
  - c. Na sua opinião, o que deve ser melhorado quanto ao Airbnb? Há algo que lhe falhe/falte, comparativamente ao CouchSurfing?

## INFORMAÇÃO PESSOAL Isabel Cunha Tootill



📍 Rua Sarmento Beires, 45, 2ºesq., 4250-449 Porto

📞 (Portugal) 914464465

✉ isabeltootill@gmail.com

Sexo Feminino | Data de nascimento 07/07/1993 | Nacionalidade Portuguesa, Britânica

## EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

### 09/2014–12/2014 Estagiária

Biblioteca Central da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto (Portugal)

Sendo o intuito ganhar experiência na área da Informação, desempenhei funções nos vários sectores da biblioteca - desde a catalogação, passando pela arrumação de livros e documentos, ao atendimento ao público.

### 01/2013–06/2013 Explicadora da Inglês

Privado, Porto (Portugal)

- Ensinar/ajudar dois estudantes do ensino secundário na oralidade da língua inglesa (aulas privadas).

## EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

01/09/2015–Presente

### Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

ISCTE-IUL, Lisboa (Portugal)

O Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação confere competências para a atividade profissional e para a pesquisa académica nas diversas áreas do setor e nas indústrias da informação, comunicação, conhecimento e cultura. Combina temáticas como comunicação em rede, Web 2.0, indústrias criativas, media e jornalismo, comunicação política e opinião pública, regulação e políticas de media, inovação comunicacional e social, intervenção e gestão cultural. Está articulado em torno de 4 ramos de especialização, sendo neste caso o de Cultura e Indústrias Criativas.

09/2011–31/07/2015

### Licenciatura em Ciência da Informação

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto (Portugal)

Curso resultante de uma parceria entre a Faculdade de Letras e a Faculdade de Engenharia, cujas valências complementares nesta área permitiram construir um plano de estudos sólido e atualizado, em que se cruzam saberes tradicionais com aplicações teórico-práticas nas áreas das tecnologias da informação e da comunicação.

### 09/2010–06/2011 Certificado de conclusão do ensino secundário

Escola Secundária Clara de Resende, Porto (Portugal)

Curso Científico-Humanístico de Línguas e

Humanidades:

Disciplinas gerais - Português, Inglês, Filosofia, Educação Física, Área de Projecto

Disciplinas específicas - História A, Geografia A, Matemáticas Aplicadas às Ciências Sociais, Sociologia, Direito

## OUTRAS EXPERIÊNCIAS

01/02/2015–31/07/2015

### Balconista

Sandinha, a francesinha que se come à mão, Porto

Atendimento ao cliente; fazer caixa, preparar e servir tabuleiros

01/2012–03/2012

### Empregada de mesa

Restaurante Chez Albert, Porto (Portugal)

02/2010–05/2010

### Assistente voluntária de educação infantil

Centro Social da Paróquia da Nossa Senhora da Ajuda, Porto (Portugal)

01/07/2007–15/07/2007

### Assistente voluntária

Associação do Porto de Paralisia Cerebral, Porto (Portugal)

## COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna português

Outras línguas	COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
	Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
inglês	C2	C2	C2	C2	C2

Níveis: A1 e A2: Utilizador básico - B1 e B2: Utilizador independente - C1 e C2: Utilizador avançado  
[Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas](#)

**Competências de comunicação** - Boa comunicadora  
 - Comunicação assertiva  
 - Espírito de equipa

**Competências de organização** - Capacidades de liderança e organização  
 - Capacidade de tomada e decisões e resolução de conflitos  
 - Flexibilidade para trabalhar em diferentes contextos, tanto em equipa como individualmente

### Outras competências

- Dança: parte integrante de três grupos de danças urbanas (hip Hop) ao longo de 5 anos, 2007-2012
- Teatro: workshop de teatro durante 6 meses com aulas semanais no Teatro Nacional de S. João, 2010

**Carta de Condução** B